DIGITAL EDITION

OTTOBRE 2021 · ANNO XXXV · N. 292

Italia a Tavola

LANGHE
UN VIAGGIO NEL GUSTO
E NELLA TRADIZIONE

PANETTONE E PANDORO
SEMPRE PIÙ CREATIVI
E DESTAGIONALIZZATI

OTUS
IL BIRRIFICIO ARTIGIANALE
DELLE CERTEZZE



il direttore

Alberto Lupini



Il Governo si impegna sulla formazione La ristorazione ha bisogno di professionisti

Il ministro dello Sviluppo economico, Giorgetti, lo sostiene da tempo. Quello del Turismo, Garavaglia, lo ha indicato come obiettivo prioritario al Forum della Fipe, e due giorni dopo quello delle Politiche agricole, Patuanelli, ha condiviso le richieste delle associazioni dei cuochi. Insomma, il tema della formazione professionale per il mondo della ristorazione e dell'ospitalità sembra finalmente entrato nell'agenda del Governo. Al punto da avere conquistato anche dei finanziamenti ad hoc nel Pnrr.

Ci sarebbe da stupirsi del contrario dopo la crisi del mondo dell'Horeca per le conseguenze della pandemia, ma visto il generale disinteresse per anni della classe politica verso il turismo, già il solo prendere impegni di questo tipo è un fatto importante. Anche se, va detto, nessuno di questi ministri ha purtroppo le deleghe per occuparsi di una materia fondamentale come la formazione professionale...

Sulla necessità di riformare il sistema degli istituti alberghieri (nonché istituire nuovi corsi di laurea in accoglienza) Italia a Tavola è peraltro da tempo in prima fila, e non possiamo quindi che auspicare che dalle parole si passi rapidamente ai fatti dopo queste condivisioni.

Ma non ci si può certo fermare qui. C'è tutto il tema delle regole di questo comparto, che vanno riviste. A partire dal riconoscimento delle diverse professioni: dai cuochi ai sommelier, dal personale di sala ai barman. Solo così sarà possibile ridare valore al lavoro nei pubblici esercizi e negli hotel, puntando sulla professionalità. Per garantire i consumatori è infatti fondamentale che le aziende che si occupano di somministrazione di cibo e bevande abbiano in organico dei professionisti riconosciuti da albi o esami, e non improvvisati che tentano una nuova avventura lavorativa senza alcuna preparazione. Al di là dei fondamentali investimenti per innovare molti locali, è proprio la presenza di personale qualificato che può fare la differenza e garantire un futuro al comparto del turismo. L'Italia può anche essere il sogno o la meta più cliccata al mondo, ma se non riusciamo a far fare un salto di qualità alla nostra offerta, rischieremo di perdere quella sfida internazionale che, sulla carta, ci dovrebbe invece vedere vincitori.

E il riconoscimento della professione (per cui da tempo si battono associazioni come la Fic o l'Ais) è certamente più importante del tema, pure centrale, delle modifiche dei codici Ateco che, se slegato da una ridefinizione giuridica di tutte le categorie che hanno a che fare con la trasformazione del cibo, rischierebbe di essere solo un intervento che interesserebbe, forse, solo i ristoranti della fascia alta del mercato, i quali giustamente non vogliono stare nello stesso gruppo merceologico di chi prepara kebab o non fa somministrazione al tavolo.

Finalmente il tema della formazione professionale dei lavoratori del settore turistico è entrato nell'agenda dell'esecutivo. La presenza di personale qualificato può fare la differenza e garantire un futuro al comparto. Cruciale anche il tema della modifica dei codici Ateco, per distinguere locali che non possono stare nello stesso gruppo merceologico

Per i tuoi commenti cerca il codice 80549 su **www.italiaatavola.net**

In copertina



OTUS È IL BIRRIFICIO ARTIGIANALE DELLE CERTEZZE 156

Otus è una realtà solida e in crescita che coniuga artigianalità e servizi commerciali efficienti e che produce birre artigianali apprezzabili da un largo segmento di consumatori. Tanti i premi a livello internazionale

Sommario

IaT




24


34


50


60


76


84


120


140


162


192

CERCA GLI APPROFONDIMENTI SU WWW.ITALIAATAVOLA.NET

Questo simbolo in coda a un articolo indica che sul quotidiano online www.italiaatavola.net ci sono versioni più ampie del testo, approfondimenti o gallery fotografiche consultabili inserendo nel campo cerca per codice o parola chiave il numero che lo affianca.

Questo simbolo indica che c'è un video

IL CASH&CARRY CON UN TOUCH IN PIÙ.

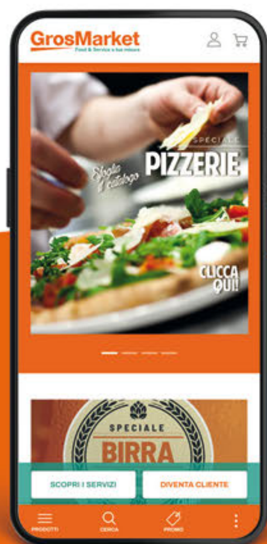
Scopri i nostri servizi



Scarica l'app GrosMarket







SoGeGross diventa GrosMarket e si rinnova per essere ancora più comodo, digitale e ricco di servizi. Con il nuovo portale grosmarket.it potrai visionare l'assortimento del tuo negozio, effettuare i pagamenti, gestire il tuo profilo e fare ordini scegliendo tra diverse modalità di acquisto. Inoltre, con i nostri consulenti Horeca Account al tuo fianco, il servizio è davvero su misura. Lo storico marchio del Cash&Carry cambia nome ma non la sua qualità, la sua esperienza e i suoi valori: il nuovo GrosMarket ti sta aspettando, più vicino che mai.



23 negozi in Italia



Acquisti in negozio con consegna



Ordine online con ritiro in negozio



Ordine online con consegna



Consulente per i clienti Horeca



GrosMarket

Food & Service a tua misura

grosmarket.it

Rocco Pozzulo

Presidente Nazionale Fic

Il futuro del mestiere di cuoco? Naturalmente bello e sostenibile



Lo scorso 28 luglio in tutto il mondo si è celebrata la Giornata mondiale per la conservazione della natura, data stabilita dalle Nazioni Unite per ricordare che un ambiente sano è la base per una società stabile e produttiva e per garantire il benessere delle generazioni presenti e soprattutto future. Questa, come altre date designate dall'Organizzazione mondiale, hanno lo scopo di sensibilizzare enti di ogni settore, sia pubblici che privati, e tutta la società civile su particolari argomenti di vitale interesse per il bene del singolo individuo e collettivo.

Dal Wwf diversi programmi per preservare al meglio questo mondo che ci ospita, tutti allo scopo di stimolarci sempre più verso la tutela dell'ambiente; numerosi "segnali" ci indicano che questo nostro ultimo decennio è il momento cruciale (di non ritorno) per attuare un'inversione di rotta dopo le violenze, da parte di tutti, che i nostri territori, ambienti e la natura stessa hanno subito. Ora le conseguenze sono sotto gli occhi di tutti: inquinamento e impoverimento dei territori, perdita di biodiversità, cambiamenti climatici, e altri fattori devastanti che tutti ben conosciamo, con effetti negativi per ogni Paese del globo, indistintamente.

Il nuovo ministero della Transizione ecologica, nella persona del sottosegretario On. Vannia Gava, ha voluto la Fic (Federazione italiana cuochi), già partner del progetto europeo Life Foster (lotta allo spreco alimentare), per definire un protocollo di intesa di prossima firma, accordo che vedrà la Federcuochi ulteriormente coinvolta in tutte quelle azioni implicanti le risorse alimentari, attraverso la promozione e la diffusione di tutte le sue politiche sostenibili di economia circolare. Scopi primari: una sempre maggiore efficienza all'interno della filiera del cibo, una consona educazione ambientale e l'acquisizione di ulteriori comportamenti virtuosi nel nostro settore.

Iniziative mirate dove ciascuno può e deve fare la sua parte, contribuendo alle attività messe in campo per enti privati, intere categorie lavorative ed altre entità collettive e comunitarie, per preservare in modo sostenibile le nostre risorse naturali. Fic sempre in prima linea, responsabile e partecipe nel necessario "cambiamento" in atto, dove inesorabilmente, volenti o meno, tutti dobbiamo essere compartecipi e direttamente responsabili.

Per i tuoi commenti cerca il codice 80255 su **www.italiaatavola.net**



Enrico Derflingher
Presidente Euro-Toques International e Italia



Fare squadra per combattere il falso Made in Italy



Finalmente un orizzonte che s'illumina di ottimismo. Dopo l'estate sembra davvero essersi inaugurata una nuova stagione. Nel nostro mondo eventi, iniziative e manifestazioni si stanno sommando. Ed Euro-Toques non sta certo con le mani in mano.

Di rilievo la partnership con l'Accademia Maestrod'olio nell'ambito dell'iniziativa "I segreti dell'olio, l'esclusività dei vini, le eccellenze del cibo", momenti di formazione e di approfondimento che vedono al centro l'enogastronomia e i suoi valori.

In seconda battuta la collaborazione con Asacert-Assessment&Certification nell'ambito del progetto "Italian taste certification" per tutelare il Made in Italy nell'ambito della ristorazione italiana all'estero. Un terreno su cui ci siamo sempre battuti e una nota dolente che affligge gli associati Euro-Toques fuori dai nostri confini.

Tra gli obiettivi, la tutela dell'intera filiera agroalimentare italiana dalla produzione fino alla trasformazione culinaria della materia prima, la promozione delle nostre eccellenze agroalimentari e la loro interconnessione, il contrasto alla contraffazione degli alimenti e i fenomeni riconducibili all'italian sounding.

Il mercato del falso per il nostro sistema vale una voragine da 100 miliardi. Inaccettabile. Per rendere l'idea, il danno subito dalla Francia si calcola ammonti "solo" a 10 miliardi di euro. Bisogna agire con ancora maggior determinazione ed Euro-Toques è in prima linea. È necessario mettere a disposizione dei consumatori veri prodotti italiani di filiera corta e certificata.

La promozione del Made in Italy ci vede presenti anche a Expo 2020 Dubai in un progetto che vede uniti architettura, enogastronomia e design. Settori sempre più attivi in un rapporto di osmosi. Sono la spina dorsale dei locali di ristorazione e polo di attrazione primario per il turismo in fase di ripresa.

Ultima nota: nel corso del mese si svolgono le elezioni per la presidenza di Euro-Toques International.

Per i tuoi commenti cerca il codice **80526** su **www.italiaatavola.net**



Roberto Lestani

Presidente Fipgc



Nuove sinergie tra pasticceria e panificazione



L'universo alimentare tende sempre più a segmentarsi, ma in molti casi le nuove ramificazioni in realtà sono frutto di uno sviluppo di competenze. Fioriture spontanee, consequenziali. È il caso di pasticceria e panificazione, che ormai non viaggiano più su strade parallele. I percorsi si intrecciano per seguire le tendenze e soddisfare le esigenze del mercato e dei consumatori. È in atto un'evoluzione che sta delineando uno scenario che vede questi settori compenetrarsi.

Quante pasticcerie producono pani speciali e quanti panifici hanno ampliato l'offerta con il dolce... Voltarsi dall'altra parte inseguendo un'ideologia "purista" sarebbe un atteggiamento antistorico. La realtà si alimenta di sinergie. E la Federazione internazionale pasticceria, gelateria e cioccolateria (Fipgc) sa cogliere i segnali e interpretare le dinamiche in atto a vantaggio dei propri associati e della loro professione. Il mercato si sta allargando, abbiamo così deciso di dare il via a corsi dedicati. A metà settembre il Maestro Fabio Albanesi, responsabile della sezione panificatori Fipgc, ha illustrato le tecniche di lavorazione, produzione, conservazione e vendita dei prodotti panificati. Un corso che, oltre a mettere in luce le principali tecniche per realizzare delle lavorazioni di panificazione artistica, ha dato risalto alle lavorazioni della prima colazione, sia dolce che salata, oltre che vegana. Cornetti con lievito madre, croissant salati, cornetti variegati, cornetto vegano, grissini tirati a mano con semi di sesamo o granella di nocciole, creazione di cracker partendo da una miscela di semi variegati. Una full immersion dal lievito madre in pasta al lievito madre in polvere.

Un primo passo concreto per ampliare il nostro raggio di azione all'insegna della competenza. Una strada che ci vede determinati nello sviluppare formazione ad ampio raggio. Seguendo queste linee guida, nel 2022 la Federazione organizzerà ben due competizioni che vedranno la panificazione in primo piano. Si vola alto: i Campionati d'Italia e del Mondo.

Per i tuoi commenti cerca il codice **80249** su **www.italiaatavola.net**

Angelo Musolino
Presidente Conpait

Avere il green pass è un atto di buon senso, anche in pasticceria

È giusto che il green pass sia obbligatorio per il cliente ma anche per noi che lavoriamo. È una questione di coscienza, di rispetto per chi ci sta intorno. Ora è tempo di pensare al Natale e ai dolci da preparare

È finita la stagione estiva, caratterizzata da mancanza di personale e green pass. Bilancio positivo e comunque proficuo dopo le chiusure per Covid. E a proposito delle nuove norme, è giusto che il green pass sia obbligatorio per il cliente che resta dentro al ristorante al massimo per tre ore, ma anche per noi che ci lavoriamo tutto il giorno. Ritengo che averlo sia un atto di buon senso. È una questione di coscienza, di rispetto per chi ci sta intorno. Noi abbiamo a che fare giornalmente con i clienti, manipoliamo il loro cibo, stiamo sempre a contatto con le persone. Occorre dare sicurezza a tutti e riportarci alla normalità per sconfiggere questo brutto virus.

Adesso inizia una nuova stagione che, per noi pasticceri, è già proiettata al Natale con la preparazione di tutte le specialità e i dolci, quelli tipici di ogni regione e quelli che ormai sono nazionalizzati come il panettone. Con tutto il direttivo Conpait (Confederazione pasticceri italiani) stiamo ragionando sul rilancio di nuove proposte, ma anche sul mantenimento delle tradizioni che poi rappresentano anche il nostro bagaglio formativo. Le ricette ormai utilizzate in questi anni e il mix di novità golose paradossalmente potrebbero apportare, nel nostro ambito, un valore aggiunto. Un segnale di volontà e convincimento che, attraverso passione e lavoro, può essere valorizzato e utilizzato anche nella quotidianità di qualsiasi cittadino.

Ecco perché insistiamo sulla formazione continua dei giovani che possono aiutare tutto il comparto. Credo fermamente che il lavoro maggiore, prima ancora che sulla preparazione dei dolci, sia quello sulle giovani leve. Con loro e con le nostre esperienze si può far crescere, ulteriormente, un mondo - quello dei pasticceri - che non vuole fermarsi. Non smettiamo di inculcare passione e valori. Da qui l'esortazione a guardare con fiducia all'immediato futuro: la Conpait ci crede e il cammino intrapreso finora va in questa direzione. In tutta Italia, regione per regione, ormai lo scambio di idee, progetti e visioni continue è senza soste, senza risparmi. Insieme, così, si vince la partita. Proposte, qualità, formazione, passione e tradizioni: su queste traiettorie i pasticceri sono pronti alla sfida.



Musolino Angelo

Per i tuoi commenti cerca il codice **80241** su **www.italiaatavola.net**

Marco Reitano
Presidente Noi di Sala



Umiltà, imprescindibile nella professione dell'accoglienza



Sono circa 30 anni che lavoro nella ristorazione e mi ritengo fortunato di aver assistito (e spesso "superato") i molteplici cambiamenti che hanno interessato il settore. Certo, il più plateale di tutti è stato il sopraggiungere dei social network che con l'opportunità di pubblicizzazione ed esposizione mediatica verso un numero infinito di utenti ha contribuito al processo (già distintivo della nostra epoca) di esaltazione dell'io e alla quasi completa estinzione di virtù umane quali l'umiltà.

Come recita la Treccani, «umiltà è la parola dimenticata dalla società del XXI secolo, spogliata del suo valore, derisa, accantonata. Sostituita da modelli distanti da lei, dalla ricerca del successo e della ricchezza, dalla supremazia degli uni sugli altri, dalla necessità di apparire superiori, dall'effetto quotidiano di presenza su un palco data dall'avvento dei social. Stupire, farsi notare, impressionare, dominare, sono diventate le parole guida della società occidentale. Tutto questo a scapito dell'umiltà e della terra, dei piedi per terra, dell'amore per la terra e per la fatica, della necessità di fare esperienza e di sudare per crescere e migliorarsi». La definizione non poteva essere più calzante di così.

Come nella funzionalità di un cavatappi per un sommelier, l'umiltà è un elemento imprescindibile nel nostro mestiere. Costruire basi solide, in una visione di crescita e successo della nostra attività, include (e includerà sempre più) profonde componenti "umane", non facoltative ma necessarie, che tutti i professionisti della ristorazione dovrebbero avere in dote. Non dimentichiamoci che il nostro è un lavoro a contatto con un pubblico vasto, e tanti sono anche i colleghi con cui interagiamo ogni giorno. Ecco, essere umili prima di tutto nei confronti dei nostri colleghi equivale allo scatto migliore di un podista al momento dello start.

L'esempio calzante è quello dell'ultimo componente arrivato nella nostra brigata: aiutiamolo, scusiamo i suoi errori, trattiamolo con rispetto e cortesia, guadagniamoci la sua stima. Certo, questo comporta intelligenza (in quanto bisogna prendere coscienza di sé e della propria posizione), moderazione ed equilibrio (atti a frenare gli impulsi di ambizione e egocentrismo) e ovviamente umiltà (consapevolezza della propria identità, dei propri limiti e della propria forza, il che permette di entrare in una vera relazione con gli altri). La ristorazione del futuro non può che partire da qui, e da noi.

Per i tuoi commenti cerca il codice **80260** su **www.italiaatavola.net**

Il Parmigiano Reggiano
è un viaggio millenario
nell'arte del fare, nella storia
e nei sapori.

NATURALMENTE PRIVO DI LATTOSIO*
100% naturale
0 conservanti e additivi



Visitate i caseifici del nostro territorio dove poter vivere un'esperienza DOP!



Inquadra il codice per pianificare la tua esperienza
Visita & Degusta in Caseificio.



PARMIGIANO REGGIANO

Quello *vero* è uno *solo*.

** Il Parmigiano Reggiano è naturalmente privo di lattosio: l'assenza di lattosio è conseguenza naturale del tipico processo di ottenimento del Parmigiano Reggiano. Contiene galattosio in quantità inferiore a 0,01 g/100 g*

parmigianoreggiano.com
Seguici sui nostri social e nel tuo punto vendita.

Ezio Indiani
Presidente European Hotel Managers Association



Critiche e feedback sono opportunità per migliorare



Essere un manager che vive sulla difensiva vuol dire essere un manager non all'altezza del ruolo che si ricopre. Quando un direttore non è aperto a critiche, nega i suoi errori e colpe, colpevolizza gli altri dei suoi errori, non ascolta i suggerimenti e non è interessato ai feedback dei colleghi, è un direttore che avrà molti problemi e difficoltà nel dirigere la sua azienda. Un buon direttore deve saper prendere le critiche e i feedback come un'opportunità unica per crescere umanamente e professionalmente.

Saper ascoltare attentamente le critiche è molto importante perché indirettamente si riconosce all'interlocutore la buona volontà di volerlo aiutare. Si denota la capacità di capire e riconoscere i propri limiti e la voglia di migliorarsi. La capacità di farsi carico dei fallimenti del proprio gruppo aiuta il direttore a creare una squadra forte e compatta e diventa il leader riconosciuto del gruppo non per il titolo professionale che ha ma per l'autorevolezza che questo comportamento conferisce al manager stesso. Un buon manager sa ringraziare i colleghi che gli fanno notare quando un suo comportamento crea difficoltà o incertezze nel gruppo.

Un manager è sulla difensiva quando non è sicuro di sé. Quando non conosce a fondo il lavoro che sta svolgendo o quando ritiene che qualcuno gli voglia soffiare il posto di lavoro. Un direttore sulla difensiva che riconosca questo suo problema e decida di affrontarlo per vincerlo, deve prima di tutto restare molto calmo e attento quando riceve dei feedback o appunti negativi dai colleghi. Prendere nota, capire a fondo e riflettere su quanto ti viene detto, capire il punto di vista dell'interlocutore e in ogni caso ringraziarlo per aver dedicato parte del suo tempo per farti riflettere su un tuo comportamento percepito da altri come negativo.

Un aspetto molto negativo nelle nostre carriere è quello di conoscere direttamente o indirettamente quelli che sono i nostri punti deboli e non attivarci per risolverli. Non cerchiamo di capire a fondo i motivi dei nostri problemi, non ci miglioriamo e oltretutto siamo così sciocchi da non delegare quello che non sappiamo fare bene perché pensiamo che questo metta in evidenza ancor di più le nostre debolezze. Non è così. Conoscere ed accettare le proprie debolezze è il primo passo verso la soluzione del problema e il nostro miglioramento professionale. Quindi ringraziamo chi ci fa notare i nostri punti deboli perché sono loro quelli che ci danno l'opportunità di migliorarci. I grandi successi non sono di chi non cade mai ma di chi cade e sa rialzarsi e ripartire.

Per i tuoi commenti cerca il codice **80192** su **www.italiaatavola.net**



Valerio Beltrami
Presidente Amira



Il personale alberghiero scarseggia, bisogna investire sui giovani



Le attività anche con mille problemi sono ripartite, hanno riaperto le strutture ricettive e i ristoranti, i clienti sono tornati nei locali. Il segnale negativo è stato però la mancanza del personale per svolgere le mansioni principali presso ristoranti, bar e hotel. Erano e sono ancora tutti impegnati nella ricerca di personale. In Amira il telefono suona tutti i giorni e la domanda è sempre la stessa: "Cerchiamo figure per la sala, avete qualcuno da mandarci?". Si potrebbe dire che il personale è diventato ormai merce rara. La chiusura di molti mesi ha comportato un allontanamento del personale e, non potendo continuare, molti hanno ripiegato su altri tipi di entrate economiche. Tanti professionisti si sono trasferiti all'estero per cominciare un nuovo lavoro maggiormente garantito.

Le polemiche di molti proprietari riguardano la disponibilità dei bonus dello Stato come alternativa al lavoro. C'è chi sostiene che questo scenario sia inevitabile, visto quali sono le condizioni di lavoro e i salari che molto spesso vengono offerti dagli imprenditori. Ricordiamo che per il Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza sono stati stanziati 40 miliardi di euro per il 2021 con l'obiettivo di modernizzare i processi e introdurre nuovi progetti per le Regioni italiane. Gli investimenti non sono pochi e quello che il Governo Draghi ha sottolineato è anche l'importanza di trasmettere all'estero l'immagine di un'Italia che riparte con convinzione dopo la pandemia.

Sicuramente si aprono nuove prospettive per chi vuole iniziare a lavorare in questo settore nei mesi a venire. Il settore ha ancora tante carte da giocare, bisogna investire sui giovani, modificare radicalmente il sistema di insegnamento presso le scuole alberghiere dando più spazio alle ore di pratica, non tanto per insegnargli a portare un piatto ma per farli innamorare della professione. Solo così riusciremo a non fargli cambiare rotta dopo poco tempo che si sono diplomati... Ma poi spetta ad ogni singolo ristoratore cambiare gioco e tornare a vincere.

Come dice Antoine de Saint-Exupéry: «Per quanto riguarda il futuro, non si tratta di prevederlo, ma di renderlo possibile».

Per i tuoi commenti cerca il codice **80157** su **www.italiaatavola.net**



Bernardo Ferro
Presidente Abi Professional



Le gare di cocktail devono svolgersi dal vivo



La fine della stagione estiva ha sancito una "cauta ripartenza" per il nostro settore, che come sappiamo è stato penalizzato notevolmente, e speriamo di esserci lasciati alle spalle il periodo più buio di questa pandemia mondiale. Ma la fine dell'estate è anche sinonimo di inizio di competizioni e concorsi. Aziende, locali e associazioni si cimentano nell'organizzare o ripetere delle "gare di cocktail" eccezionali, spesso in location spettacolari o in resort di lusso. Sono favorevolissimo alle competizioni "dal vivo". Non mi entusiasmano invece quelle create sui social o comunque online. Penso che questa tipologia di competizioni vada ad eliminare uno degli aspetti più importanti della nostra vita quotidiana, vale a dire la socializzazione e lo scambio di idee.

Dopo ben due rinvii dovuti alla pandemia, Abi Professional si sta adoperando per organizzare il 5° Concorso Nazionale che si terrà al Grand Hotel Billia a Saint-Vincent (Ao), hotel famigliare alla maggior parte dei barman italiani, che ha ospitato parecchie competizioni sia a livello nazionale che mondiale. La data del concorso sarà il 26-28 ottobre 2021 e vedrà in gara i vincitori delle sezioni Abi Professional degli anni 2020 e 2021. Tutto è pronto, ma anche altri concorsi sono patrocinati da Abi Professional...

Pensiamo alla 23ª edizione di "Elba Drink", nella splendida location dell'Hotel Hermitage, il più esclusivo hotel a 5 stelle dell'Isola d'Elba. Protagonista della competizione il bere consapevole: ogni concorrente deve preparare un cocktail inedito con gradazione alcolica non superiore a 12°. Questo concorso vanta i premi più importanti tra tutti i concorsi di settore: il primo premio assoluto, infatti, è un orologio Baume & Mercier del valore di oltre 10mila euro.

La "Skyway Cocktail Competition" è un altro incredibile concorso dove il protagonista è il Génépy, liquore tipico delle nostre montagne, soprattutto quelle valdostane. È il concorso di cocktail più alto d'Europa, considerato che la finale si svolge nella stupenda terrazza panoramica della funivia Skyway di Courmayeur.

A novembre poi saremo nella "Tenuta Al Bano", quella del famosissimo cantante, per dar vita al primo contest che vedrà protagonista il vino. Chi parteciperà dovrà creare una ricetta con il "nettare degli Dei", bianco, rosso o bollicine.

Tutti crediamo nella ripartenza: questi concorsi e manifestazioni in giro per l'Italia ne sono un esempio concreto.

Per i tuoi commenti cerca il codice **80245** su **www.italiaatavola.net**

LANGHE
UN VIAGGIO NEL GUSTO E NELLA TRADIZIONE

Dal tartufo alla carne, dai salumi ai formaggi, senza dimenticare la pasta fatta in casa: tipicità che hanno reso le Langhe uno scrigno di sapori che oggi ispira anche le cucine di alto livello in Italia e nel mondo



di ***Stefano Calvi***

Sapori decisi nel piatto. Profumi eleganti che racchiudono l'essenza di un intero territorio avvolto dalle brume invernali: il periodo più suggestivo, quello in cui le nebbie avvolgono gentilmente le morbide colline langarole. È qui che i gusti e i sapori si amalgamano in un ambiente unico in tutto il mondo, che regala prodotti d'eccellenza riconosciuti a livello universale. Per qualità, storia e tradizione. La gastronomia langarola è qualcosa di unico. Si presenta robusta e saporita, rispecchia in pieno i dettami di una tradizione quasi millenaria. È legata a prodotti di un territorio che cambia con il mutare delle stagioni: queste ultime condizionano positivamente l'ambito gastronomico di questo lembo di terra ondulata.

Ereditate dalla tradizione contadina, le ricette tipiche di Langa richiamano una cucina povera, ma ricchissima di gusto e genuinità: dai tajarin agli agnolotti con sughi di carne, dal fritto misto alla lepre al "civet", e poi i dolci naturalmente, come la torta di nocciole, lo zabaione e il bônet. Questi sono solo alcuni esempi di una grande tradizione che oggi fa tappa



Castiglione Falletto e Serralunga d'Alba

anche nei più quotati ristoranti italiani (e non solo). Da queste terre è partita per far breccia nelle cucine stellate.

Le eccellenze enogastronomiche fanno delle Langhe un patrimonio unico al mondo: vero e proprio paradiso per i palati più esigenti, questo territorio sa offrire in ogni periodo dell'anno un connubio di colori, profumi e sapori a cui è difficile rimanere indifferenti. La vera parola d'ordine è qualità. Assoluta. Non solo grandi vini, tra i più quotati e famosi al mondo, ma anche tipicità che hanno reso le Langhe uno scrigno di sapori, in alcuni casi sono prodotti protetti e garantiti da severi disciplinari che ne tutelano la genuinità e ne perseguono la tradizione nel tempo.

Tartufo bianco, il re della tavola

Andiamo con ordine, partendo dal simbolo di questa terra: il Tartufo bianco d'Alba. È un tubero identificativo di questa zona, raffinato e ricercato, sinonimo, perché no, di lusso. Ogni anno durante la stagione autunnale, dedicata alla vendemmia del Nebbiolo, tra i filari che colorano i fianchi delle colline, si assiste a un rito antico, che vede il "trifulao", accompagnato dal suo fedele cane, aggirarsi tra i boschi di tigli, querce, pioppi, salici e noccioli, alla ricerca del prezioso tubero. Alba (Cn), l'indiscussa capitale del Tartufo bianco, lo celebra come una vera star, dedicando a questo pregiatissimo fungo ipogeo una Fiera, nata nel lontano 1928 grazie alla geniale intuizione del "Re del tartufo" Giacomo Morra, e oggi divenuta un evento di portata internazionale, giunto ormai alla sua 91ª edizione (dal 9 ottobre al 5 dicembre 2021).

Nelle Langhe ci sono varie specie di tartufo, ma è quello bianco il più ricercato per il suo aroma intenso, capace di evocare piacevoli sensazioni all'olfatto e al palato. La sua maturazione avviene a partire dalla tarda estate e la sua ri- ➡



Alba celebra il tartufo bianco tra gusto e sostenibilità

Un cerchio che si chiude, pur restando aperto a tante novità: è la magia della Fiera Internazionale del Tartufo Bianco d'Alba, che torna quest'anno ad Alba (Cn) con la sua 91ª edizione. Iniziata il 9 ottobre scorso, terminerà il 5 dicembre portando l'inebriante profumo del *Tuber magnatum Pico* tra le colline di Langhe, Monferrato e Roero.

cerca parte dalla metà di settembre fino a fine gennaio. Molteplice il suo impiego nella cucina langarola, preferibilmente sui cibi caldi che ne esaltano l'aroma e con sughi leggeri: ideale sulla fonduta, sui tajarin al burro e salvia, sui risotti alla piemontese, ma anche sulla carne cruda all'albese, sull'insalata di funghi porcini o di ovuli reali. In tanti lo apprezzano anche sull'uovo al tegamino. Va pulito con delicatezza spazzolandolo e va preparato rigorosamente qualche minuto prima di servirlo in tavola. Come? Essenzialmente a crudo, tramite un affetta-tartufo lo si prepara in sottilissime scaglie sul piatto regalando alla preparazione stessa un sapore inconfondibile. Riconoscibile in tutto il mondo come sinonimo di qualità e di langa.

Primi piatti gustosi e sostanziosi

Veniamo ai primi piatti. Alzi la mano chi non ha mai mangiato i tajarin? Si tratta di uno dei piatti simbolo della tradizione gastronomica langarola, sono tagliatelle all'uovo molto sottili, solitamente servite con burro e salvia, accompagnate da una "spolverata" di tartufo bianco d'Alba. Un piatto rappresentativo del territorio, che addirittura risale, secondo alcuni scritti, al '400. Una pasta sostanziosa, particolarmente ricca per via del numero elevato di tuorli d'uovo necessari per prepararla.

Accanto ai tajarin come non citare i plin, ovvero i ravioli al plin. Termine dialettale piemontese che significa pizzicotto, ovvero il gesto che chef o semplici massaie fanno per chiudere la sfoglia che racchiude in sé il ripieno. Non a caso questa varietà di pasta ripiena nasce nel mondo contadino, dove vi era l'usanza di non sprecare nulla di quello che avanzava a tavola. La prassi ormai consolidata prevede per il ripieno l'uso di arrosto di vitello (sottopaletta o arrosto della vena), arrosto di maiale (la coscia) e poi anche spinaci, bietole, verza o carota. La sfoglia, rigorosamente tirata a mano, secondo gli "integralisti" di questa ricetta, deve essere sottile quanto lo può essere un velo da sposa, così da poter vedere nell'agnolotto finito e richiuso la nota verde della verdura del ripieno in trasparenza. Il condimento più corretto è il sugo delle carni arrostite, ma spesso si rivelano ottimi con burro e salvia. Inoltre per i puristi l'agnolotto dal plin andrebbe servito scondito, non nel piatto ma su di un canovaccio di canapa, per gustare al meglio il sapore delle carni e delle verdure presenti nel ripieno.

La norcineria piemontese

Passiamo poi ai salumi di Langa. I tanti borghi che animano le colline ospitano ancora storiche botteghe dove si possono degustare, anche in loco, prodotti tipici della norcineria piemontese. I salami di diversa forma e stagionatura, così come i piccoli cacciatorini, sono tutti insaccati conditi con sale, vino e un po' d'aglio (a seconda del vino usato nella lavorazione della carne la denominazione potrà essere al Dolcetto, al Barolo, ecc.). Il lardo, profumato con spezie, erbe aromatiche e ginepro, è una tipica goloseria da gustare crudo, a fettine sottili, per accompagnare taglieri con formaggi e relative marmellate e miele. Cotto può essere un'ottima variante per il soffritto. La pancetta arrotolata, odorosa di pepe e spezie, è un'ulteriore protagonista nelle merende in Langa, sicuramente eccezionale da assaggiare cruda, tagliata a fette non molto spesse, ad accompagnare pane cotto al forno o i tipici grissini friabili piemontesi. Da degustare assolutamente la salsiccia (famosa quella di Bra, tutelata da un Consorzio) che viene lavorata e insaccata in

"Connessi con la natura", questo il tema per il 2021, che affianca alla centralità dell'enogastronomia l'attualità di una sfida quanto mai contemporanea, quella della sostenibilità. Una decisa svolta che tiene conto dei problemi più contemporanei, quali la tutela ambientale, il cambiamento climatico e la sostenibilità, intesa non solo nella sua accezione ambientale, ma declinata anche lungo le direttrici sociali ed economiche, percorrendo il sentiero delle opportunità della transizione energetica verso un'economia a emissioni zero.
Il cuore della Fiera rimane il Mercato Mondiale del Tartufo Bianco d'Alba, all'interno del Cortile della Maddalena, unitamente alla rassegna Albaqualità e all'Alba Truffle Show, impreziositi dalle Analisi sensoriali del tartufo, dalle Wine Tasting Experiences dedicate ai grandi vini di Langhe, Monferrato e Roero e dai tanti gli chef che firmano i Foodies Moments.
La principale novità di quest'anno è il progetto Dawn to Earth, che collegando Alba con il resto del Pianeta porta a dialogare tra loro, nel ciclo di incontri "Sostenibilità incrociate", personaggi del mondo dell'alta finanza, dell'innovazione digitale, dell'artigianato d'eccellenza, dell'alta moda, dell'arte, della musica, del design, della cultura e, ovviamente, della cucina d'autore: comune denominatore di questa tavola conviviale, nell'ultimo weekend di ottobre, sabato 30 e domenica 31, sarà la sostenibilità. Tra le altre novità, il percorso avviato dall'Ente Fiera per ottenere la certificazione ISO 20121, demandata a Bureau Veritas Italia, che vigilerà sull'implementazione di un sistema di gestione in linea con i requisiti di sostenibilità dello standard internazionale sulla gestione sostenibile degli eventi. cod 80100

piccoli budelli che le conferiscono la tipica forma allungata.

Formaggi d'eccellenza, tutelati dalla Dop

Dai salumi ai formaggi il passo è breve. Uno dei formaggi più acclamati dai gourmet è la Robiola di Roccaverano, oggi un pregiato formaggio che dal 1979 ha ricevuto la denominazione Dop. È un formaggio a pasta molle che si può anche spalmare se molto fresco e morbido. Ha dimensioni ridotte, con un diametro di circa 10-15 cm e un peso indicativo di 400 grammi se fresca, molto meno dopo una breve stagionatura. Il disciplinare della Dop prevede l'utilizzo di latte crudo intero di capra in purezza o in rapporto variabile in misura minima del 50% con latte crudo intero di vacca e/o pecora in misura massima del 50%, proveniente da mungiture consecutive, effettuate in un arco di tempo tra le 24 e le 48 ore. Il Presidio Slow food della Robiola di Roccaverano tutela i produttori che hanno deciso di riprendere la produzione della formaggetta tradizionale, ovvero quella

Robiola di Roccaverano, eccellenza casearia piemontese

Morbida e cremosa, delicata e saporita, la Robiola di Roccaverano Dop è una vera eccellenza casearia del sud del Piemonte. Delle sue origini si hanno notizie che risalgono ai Celti e si produce su un'area compresa tra 10 comuni della provincia di Asti e 9 della provincia di Alessandria. Le diversità territoriali e i cambiamenti climatici dettati dalle stagioni - neve e freddo d'inverno, caldo e siccità d'estate - consentono alle greggi di produrre latte dagli aromi differenti. La Robiola si realizza con latte crudo intero di capra delle razze Roccaverano e Camosciata Alpine e i loro incroci. Per l'alimentazione del bestiame, tenuto obbligatoriamente al pascolo da marzo a novembre, è vietato l'utilizzo di mangimi Ogm. L'alimentazione di tutti gli animali deve provenire dal territorio di produzione per almeno l'80%. Fresca o stagionata, si caratterizza da una pasta bianca e morbida mentre il suo sapore può variare dal delicato fino al deciso. La forma ha un diametro compreso tra i 10 e i 13 cm e lo scalzo dai 2,5 ai 4 cm. Il peso varia dai 250 ai 400 grammi circa.
Le Robiole fresche richiedono un periodo di maturazione da un mimo di 4 giorni fino a 10, al termine dei quali assaporiamo un formaggio privo di crosta, arricchito dalla presenza di una lieve fioritura naturale di muffe, dalla consistenza morbida e cremosa e dal sapore delicato e deciso. cod 80459

Per informazioni: **www.robioladiroccaverano.com**



prodotta esclusivamente con il latte crudo di capra. È ideale da tavola, nell'antipasto con un filo d'olio ed un po' di pepe e da cucina. Si conservano anche sott'olio oppure asciutte nei barattoli ermeticamente chiusi.

Nell'Alta Langa albese ed astigiana troviamo un'altra produzione d'eccellenza che si fregia della Dop: il Murazzano. Si presenta come una sottile forma cilindrica con facce piane leggermente orlate e senza crosta, da fresco presenta un colore bianco, tendente al paglierino dopo la sua stagionatura. Viene prodotto con latte ovino in purezza, oppure miscelato a latte vaccino (in misura massima del 40%). Il Murazzano ha una pasta morbida leggermente consistente, a volte con occhiature, di gusto fine e dolce quando viene presentato fresco e piano invece a prodotto stagionato.

A questi due grandi prodotti si aggiungono altre classiche produzioni che generalmente vengono conosciute con il termine robiola. Alcune aromatizzate con vinaccia oppure con tartufo. Altre produzioni casearie tipiche delle langhe sono la morbida e dolce ricotta (seiras) e il bross o bruz, la saporitissima crema ricavata facendo fermentare le robiole in piccoli orci di coccio o vetro.

Carni pregiate per piatti da intenditori

Poi c'è il mondo della carne. Sono diversi gli allevamenti della classica carne bovina di Fassone Razza Piemontese, considerata oggi tra le carni più pregiate grazie alle ottime caratteristiche nutrizionali e dietetiche essendo una carne magra, tenera e saporita. Si può definire un alimento ottimamente bilanciato indispensabile per una dieta varia. Con carni genuine nasce un altro piatto identificativo del territorio: la carne cruda all'albese, un antipasto entrato nei menu di importanti ristoranti internazionali. Addirittura si narra che la carne cruda in Piemonte abbia origini millenarie, mangiata dai primi popoli che si insediarono in queste terre. La carne deve essere necessariamente freschissima, tagliata a coltello come una volta. Condita con un po' di olio di oliva extravergine, qualche goccia di limone ed insaporita con sale e pepe. Per renderla ancora più accattivante può essere servita con scaglie di Grana Padano e, nella stagione giusta, con una generosa grattata di Tartufo bianco d'Alba oppure con funghi porcini.

Altro antipasto classico è il vitello tonnato, un piatto cosiddetto freddo, per tutte le stagioni, in particolare quelle calde. La ricetta è estremamente facile da realizzare. La carne, il girello di Fassone, marinata con vino, verdure e aromi, viene ben cotta in pentola e poi fatta rigorosamente raffreddare con un passaggio anche in frigorifero. A questo punto viene tagliata a fettine sottili e servita con la salsa tonnata. Ovvero una gustosa "crema" a base di tonno sott'olio, tuorli d'uovo, acciughe, aceto, capperi, succo di limone e un poco di fondo di cottura. Gusto deciso e al tempo stesso delicato che va a braccetto con le fettine di vitello disposte sul piatto piano. L'utilizzo del tonno nella salsa si trova nelle versioni più "moderne" della ricetta come quella proposta da Pellegrino Artusi; precedentemente l'aggettivo tonnato stava probabilmente a significare cucinato alla maniera del tonno. Non a caso sono diverse le regioni italiane che si contendono la paternità del piatto (per esempio Lombardia e Veneto), ma è del tutto probabile, nonostante non esista un documento



Fassone al pascolo

che lo attesti, che l'origine si possa collocare proprio in Piemonte.

I grandi vini della zona, il Barolo in particolare, sono l'ideale "rinforzo" per un brasato, un grande classico della cucina piemontese, indicato per i pranzi delle feste. Il cappello del prete è il taglio più usato, ricavato dal quarto anteriore del bovino, ovvero i muscoli della spalla dell'animale. Si presta alle cotture lente. Oppure al lesso o bollito piemontese, altra grande tipicità di questa terra, ideale da accompagnare ai sontuosi vini. Questo piatto, che riassume la storia culinaria langarola, si accompagna ai bagnetti, alle salse di langa e all'immancabile bagna caoda. Pochi e semplici ingredienti, verdure in particolare, sanno impreziosire questi "ammennicoli": possono essere serviti cotti o crudi a seconda del gusto. In quelli "verdi" c'è una predominanza di prezzemolo; in quelli rossi di verdure di terra.

La bagna caoda, un grande classico

La regina delle salse di langa è la famosa bagna caoda, la sua preparazione prevede solo tre ingredienti: l'aglio, l'olio d'oliva e le acciughe sotto sale. Tre elementi che, mescolati insieme, formano un composto a dir poco magico. La saporitissima bagna va servita bollente in ciotole di coccio dove possono essere intinte verdure fresche (sedano, cavolo, verza, cardo, peperone) o cotte (particolarmente indicate sono le patate lesse, il cavolfiore, la barbabietola rossa) e tutto deve essere accompagnato da abbondante pane cotto nel forno a legna e da Barolo.

Fritto misto alla piemontese e ricette a base di cacciagione

È in assoluto il piatto delle feste e delle grandi cerimonie per i piemontesi. Una ricetta che si rifà alla tradizione popolare, quando si macellava nei cascinali sulle colline langarole e si tendeva a non buttare via assolutamente nulla. È così che nasce il fritto misto alla piemontese: un piatto unico nel panorama gastronomico italiano capace di coniugare sapori dolci e salati. Quando si macellava tra le mura domestiche era una vera festa: i membri della famiglia si spartivano i pezzi e gli scarti di macellazione che venivano poi impanati con semplice pangrattato e poi fritti. È davvero complicato trovare una vera e proprio ricetta originale perché, con il tempo, sono state fatte diverse aggiunte. Ad esempio è facile imbattersi in altri prodotti piemontesi come amaretto, carni miste e verdure. Assolutamente per la parte salata ci devono essere gli avanzi di macellazione del vitello, il cosiddetto quinto quarto. Di base non mancano polmone, animelle, cervella, salsiccia di suino, fettine di vitello e fegato che vengono fritti insieme alla parte dolce costituita dall'amaretto, dal semolino e dalla frutta, principalmente mela. ➜


La bagna caoda


Il fritto misto

Per quanto riguarda la cacciagione le cucine piemontesi regalano la lepre al civet. Il gusto deciso della selvaggina è controbilanciato dagli altrettanti sapori forti del civet, un intingolo simile al classico stufato preparato con cipolla e vino. Anche se non si conosce bene l'origine del termine, per alcuni deriva dal francese per altri dall'occitano, in ogni caso il termine cive sta ad indicare l'erba cipollina, perché essenzialmente è un piatto preparato con cipolle e cipollotti. Si tratta di una ricetta piuttosto impegnativa, che richiede ore di lavoro a partire dalla marinatura della lepre che le toglie il sapore aggressivo della carne.

Nocciola protagonista di dolci irresistibili

Chiudiamo questo viaggio tra i sapori langaroli con i dolci. Ed in particolare quelli legati alla classica Nocciola Tonda Gentile di Langa che si fregia del marchio Igp. Un prodotto che nasce nel cuore dell'Alta Langa e che vede in Cortemilia la capitale indiscussa di questa produzione, una varietà considerata tra le migliori al mondo. Qui i vigneti lasciano il passo ai noccioleti. Sono estensioni tenute alla perfezione e ben curate che regalano una fisionomia particolare al territorio che si estende tra il Tanaro e il Bormida e permettono ai produttori, a fine estate, nel pieno della maturazione, di raccogliere a terra le loro nocciole in modo rapido e veloce. Gran parte degli agricoltori trasforma la nocciola in azienda producendo semilavorati o pasta di nocciola.

Non a caso tutta la produzione di questa zona è destinata all'industria dolciaria per poi essere trasformata in crema gianduia (ad Alba la Ferrero ha creato il mito Nutella) oppure utilizzata per dolciumi come i baci di dama e i brutti ma buoni. Fino ai torroni, come quelli prodotti dalla ditta Sebaste nella zona di Grinzane Cavour. Non dimentichiamo le tipiche torte: molte pasticcerie le fanno anche di sola farina di nocciola, prodotti dolciari ideali come fine pasto oppure da colazione. La tradizione dolciaria dei paesi di Langa è fortemente legata all'utilizzo della sua nocciola come ingrediente unico per insaporire e rendere così ancora più buoni i suoi rinomati dolci: basta entrare in una pasticceria qualunque di uno dei tanti paesi di Langa per provare questa emozione culinaria.



Tra i dolci al cucchiaio non si può non ricordare il bonèt, un classico tra i più apprezzati, tra i dessert più antichi della tradizione piemontese che mixa l'irresistibile gusto del cioccolato a quello degli amaretti e nelle versioni moderne anche quello del rum. Il nome richiama lo stampo di rame dove veniva preparato che ricorda, per la sua forma a tronco di cono basso, quella del classico bonèt, ovvero un berretto tondeggiante usato dai piemontesi nelle ricorrenze. Tra le preparazioni più utilizzate c'è lo zabaione, una crema di tuorli d'uovo e zucchero, arricchita generalmente da un vino liquoroso. Un dolce in cui inzuppare la pasticceria secca, a inizio Novecento usato come ricostituente per il suo valore energetico.

Questa è l'ultima golosità di questo viaggio variegato e saporito in una terra riconosciuta in tutto il mondo come la patria del buon gusto. Una terra magica dove la storia del suolo si mescola con la storia della sua gente, di coloro che l'hanno vissuta nel tempo trasformandola in un luogo simbolo dell'eccellenza enogastronomica. La terra di Langa è sempre stata difficile e faticosa da lavorare: la malora, di fenogliana memoria, ci ricorda infatti che i contadini che vivevano sulle Langhe ancora negli anni Cinquanta faticavano, e non poco, nella vita dei campi. Ma sono le difficoltà a cambiare l'uomo, che ha saputo negli anni trasformare queste dolci colline in un patrimonio mondiale del gusto. Un paradiso per i palati più esigenti, questo territorio sa offrire in ogni periodo dell'anno un connubio di colori, profumi e sapori a cui è difficile rimanere indifferenti. ➜

VIAGGIO ALLA SCOPERTA DEI BORGHI PIÙ SUGGESTIVI



Verduno

Individuare un itinerario nelle Langhe è cosa difficile. Perché ce ne sarebbero troppi. È un territorio particolarmente suggestivo, ricco di angoli naturalistici e storici da mozzare il fiato. È una zona caratterizzata da continui saliscendi che lambiscono la sommità delle morbide colline collegando piccoli e suggestivi borghi tra i più belli d'Italia. Basta guardarsi attorno per emozionarsi ammirando i filari di Nebbiolo o Barbera che nascondono tra le loro foglie panorami molto più ampi dove, sulla sommità, si stagliano castelli, rocche e casali. Vi propongo un tour dei cosiddetti "belvedere", ovvero quei luoghi che offrono le cartoline più suggestive dell'intera zona grazie a terrazze panoramiche (storiche o naturali) che si aprono su colline che si disperdono a vista d'occhio. Insomma, guarderemo le Langhe dall'alto, quasi a volo d'uccello. Un percorso di quasi 35 km, da fare in giornata, fermandosi ad ammirare il paesaggio dai belvedere.

Partiamo da **Verduno e dal Parco del Belvedere**: la verde terrazza panoramica vi regala una vista straordinaria sulla Langa del Barolo e lo sguardo spazia fino all'Alta Langa con i paesi di Serravalle Langhe e Roddino. Il Belvedere è ideale per le famiglie, vi accoglie con un parco giochi per bambini e panchine dove trascorrere qualche ora alla ricerca della frescura nelle giornate particolarmente calde. Verduno ha visto nascere il Beato Sebastiano Valfrè e nelle cantine del Castello, l'enologo Paolo Francesco Staglieno ha saputo elaborare con il regnate Carlo Alberto di Savoia le tecniche di invecchiamento che hanno fatto diventare celebre nel mondo l'uva Nebbiolo, oggi meglio conosciuta per il Barolo, "il re dei vini".

Poi ci spostiamo a **La Morra**, il paese più alto della Bassa Langa con i suoi 513 metri slm. Raggiungiamo a piedi piazza Castello caratterizzata dalla torre campanaria alta 31 metri costruita tra il 1709 e il 1711 sui resti della preesistente torre medievale a



La Morra


Monforte d'Alba


Diano d'Alba

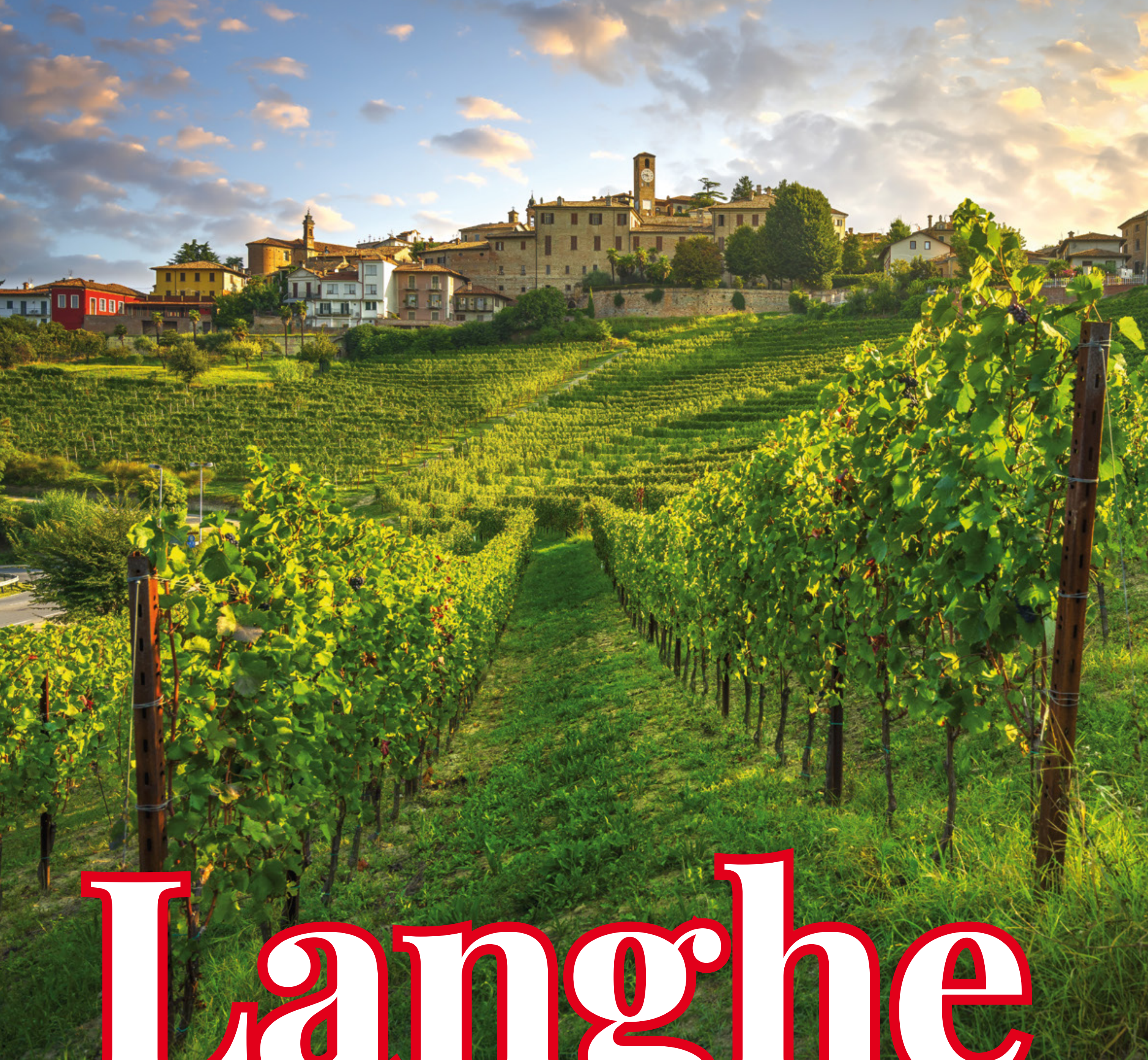
testimonianza dell'antico castello della famiglia Falletti, abbattuto nel 1544 dalle truppe francesi.

Il tour prosegue in auto fino a **Monforte d'Alba**. Il borgo è davvero suggestivo, risalente al X secolo sulle pendici di un ripido colle con le sue strette vie e le case costruite nella pietra. L'alto campanile romanico spicca tra i tetti del centro storico: camminando per raggiungerlo scoprirete la dimora patrizia dei Marchesi Scarampi del Cairo, le Confraternite delle Umiliate e di San Agostino, testimonianze architettoniche del XV secolo e l'auditorium dedicato al pianista Horszowski, piccolo anfiteatro dall'acustica perfetta, sede dal 1986, di concerti e rappresentazioni teatrali.

L'atmosfera medievale la si respira anche qualche chilometro più avanti: non perdetevi la vista mozzafiato dal castello di **Serralunga d'Alba** che domina le celebri colline del Barolo con la sua slanciata verticalità. La particolare struttura architettonica è un donjon francese, esempio unico in Italia, la cui costruzione si colloca fra il 1340 e il 1357 per volontà della famiglia Falletti che fece di questo maniero un edificio destinato al controllo delle produzioni agricole locali. Dall'ultimo piano del castello, l'antico camminamento di ronda militare, si gode del panorama circostante a 360° fino alle colline del Roero e alla cortina della Alpi.

Tornando in direzione di Alba si nota **Diano d'Alba**, paese che fa capolino sulla dorsale destra. Diano è famosa per i suoi vigneti, per il Dolcetto di Diano d'Alba Docg e per il suo Belvedere. Qui anticamente sorgeva il castello, poi occupato e distrutto da Vittorio Amedeo I nel 1632, dopo essere stato a lungo conteso tra le potenze dei Savoia, dei Marchesi del Monferrato, del Ducato di Milano e da Venezia. Diano vanta una storia millenaria, tanto che l'origine del suo nome sembra attribuibile al culto della dea Diana, protettrice della caccia e dei boschi. Nel Medioevo il paese diventò una contea con potere politico superiore addirittura a quello di Alba, per poi passare con la pace di Cherasco, nel 1631, sotto il territorio controllato dalla famiglia Savoia. cod 80435


Serralunga d'Alba



Langhe

TERRA DI GRANDI VINI APPREZZATI IN TUTTO IL MONDO





di ***Piera Genta***

Sono un territorio riconosciuto dal 2014 come Patrimonio dell'umanità Unesco, situato nella parte sudorientale del Piemonte, un'area che si estende tra il bacino del fiume Tanaro e quello della Bormida, dal confine con l'Astigiano fino allo spartiacque alpino. Uno dei distretti vinicoli più conosciuti, patria del Barolo e del Barbaresco, ma anche terra di Dolcetto e sede di alcuni centri enologici più famosi della regione. Le Langhe, dal latino "lingua", morfologicamente sono costituite da colline strette e ripide che dalla Liguria degradano verso il Tanaro, come tante lingue appunto, dando il fronte tendenzialmente a nord-est.

Si possono suddividere in tre zone: Bassa Langa, compresa a nord tra il Belbo e il Tanaro, a quote che non superano i 600 metri, qui si trova Alba, considerata la "capitale" del territorio; Alta Langa, che confina con la Liguria, nell'area non si produce solo il vino, ma è possibile percorrere un tour artistico gastronomico a base di castelli, formaggi, antichi borghi e nocciole; Langa Astigiana, zona nel sud della provincia di Asti, che si chiama così perché dal 1935 è stata compresa nei confini amministrativi dell'Astigiano, ma soprattutto per l'antica appartenenza alla Contea di Asti.

Il clima è quello tipico della pianura padana, eccetto per le zone più elevate, dove è quello tipico degli Appennini. Il suolo langarolo è composto da marne sedimentarie argillo calcaree inframezzate da diversi tipi di arenarie, distinguibili in due grandi aree. La prima, di cui fanno parte i terreni di Barolo, La Morra e l'intera area di Barbaresco, con terreni più recenti di epoca tortoniana ricchi di magnesio e manganese che restituiscono vini di grande finezza ed eleganza a maturazione più rapida. La seconda, in cui rientrano i comuni di Serralunga d'Alba, Castiglione Falletto e Monforte d'Alba, con terreni di epoca elveziana più ferrosi e sabbiosi da cui nascono vini alcolici, di struttura e dal grande potenziale di invecchiamento. Gli ettari vitati a denominazione nelle Langhe sono quasi 10mila. Il Barolo si attesta sui 2.200 ettari, il Barbaresco sui 780. Andiamo ora a conoscere i vitigni più diffusi.

Si tratta di uno dei distretti vinicoli più conosciuti, patria del Barolo e del Barbaresco, ma anche terra di Dolcetto e sede di alcuni centri enologici più famosi. Gli ettari vitati a denominazione sono quasi 10mila

Vitigni a bacca nera

Nebbiolo: il primo documento che testimonia la presenza della varietà di uva a bacca rossa Nibiol risale al 1268, riferito a una vigna nei dintorni di Rivoli. Dobbiamo attendere un paio di secoli per avere prova della coltivazione nell'Albese del Nebiolium, quando nel 1431 appare il riferimento negli Statuti di La Morra di una varietà di vite che dava vini già allora molto apprezzati. Gli Statuti stabilivano, per chi avesse estirpato una di queste viti, pene dapprima solo amministrative, poi corporali per i recidivi e infine la messa a morte per chi avesse continuato a perpetrare il terribile crimine. Ma è dal XIX secolo che questo vitigno è considerato quello vocato alla creazione dei grandi vini di Langa. Questo vitigno si manifesta nelle sue massime espressioni nel Barolo e Barbabresco Docg, ma il vitigno viene prodotto su quasi un centinaio di comuni delle Langhe mentre il Nebbiolo d'Alba ha il suo comprensorio su 25 comuni a ridosso del fiume Tanaro.

Barbera: la presenza del vitigno nell'Albese risale alla seconda metà del '600 quando vengono introdotti dal conte Francesco Cotti alcuni tralci impiantati dall'astigiano. Il periodo di maggiore diffusione si registra invece verso la fine dell'Ottocento come testimoniato da Lorenzo Fantini, nella sua "Mono- ➔



grafia sulla Viticoltura e Enologia nella Provincia di Cuneo". Il vitigno ebbe particolare successo in seguito al reimpianto dei vigneti su piede americano a causa della fillossera. La Barbera d'Alba si produce sul territorio del Comune di Alba e 39 comuni intorno per intero e su 13 comuni parzialmente.

Dolcetto: in base alla località di origine, alla differente composizione, esposizione, giacitura ed altitudine dei terreni, il vitigno dà vini che presentano caratteristiche ben differenziate. La sua area di produzione si divide in due fasce principali che sono i territori verso la zona del Barolo e quelli che partono da Alba per salire verso la Valle Belbo dove la struttura geologica origina Dolcetti più fini e leggeri.

Pelaverga: ritenuto da sempre vino afrodisiaco, vuoi per il suo nome allusivo vuoi per il carattere speziato del suo aroma. Nel passato veniva impiantato insieme alla Barbera e al Nebbiolo, ma a partire dagli anni Settanta hanno cominciato a coltivarlo e vinificarlo in purezza. Una ventina di ettari.

Vitigni a bacca bianca e bollicine di qualità

Nascetta: i primi documenti che parlano della Nas-Cëtta raccontano di un vino straordinario citato alla fine dell'Ottocento dallo studioso Giuseppe dei Conti di Rovasenda nel suo Saggio di un'ampelografia universale. La tradizione orale di Novello conferma che il vino che si ricavava era utilizzato come vino da Messa, dolce e leggermente passito. I primi passi verso la riscoperta del vitigno risalgono agli anni Novanta grazie al produttore Elvio Cogno. Oggi si contano una quarantina di ettari. Si tratta di un vitigno semi aromatico.

Non mancano vitigni internazionali importanti per la produzione dei vini dell'Alta Langa: **Pinot nero** e **Chardonnay**, che danno origine all'Alta Langa Docg, un metodo Classico che sosta sui lieviti non meno di 30 mesi, mentre per la Riserva ne sono necessari 60. Tutti i prodotti nascono millesimati, niente cuvée di anni diversi. Le uve provengono esclusivamente da vigne altamente vocate, poste sopra i 250 metri e destinate in esclusiva alla produzione di bollicine. Le tipologie sono Bianco (anche Riserva) e Rosa o Rosé (anche Riserva). Il Consorzio Alta Langa è nato nel 2001, proprio quest'anno celebra il ventennale. Le cantine associate oggi sono 70 con 70 etichette, circa 2,5 milioni di bottiglie, 300 ettari vitati, 40 case spumantistiche e 70 viticoltori. La quota di export si attesta intorno all'8%. Il presidente è Giulio Bava.

Vini simbolo delle Langhe

Barolo Docg: il disciplinare della Denominazione di origine controllata e garantita del Barolo risale al 1980 e comprende il territorio di 11 comuni: Barolo,

Castiglione Falletto, Serralunga d'Alba e in parte i territori di Monforte d'Alba, Novello, La Morra, Verduno, Grinzane Cavour, Diano d'Alba, Cherasco e Roddi. 2.200 ettari, un potenziale di 14 milioni di bottiglie, 181 menzioni geografiche aggiuntive, 80% della produzione viene venduta all'estero. Primi paesi di destinazione: Usa con il 20%, UK, Germania e Scandinavia. Barolo è il centro della produzione, il luogo che ha dato il nome alla denominazione per volontà della marchesa Falletti. Qui si trova forse la vigna più conosciuta in assoluto, Cannubi, dalla particolare composizione del terreno. Si tratta dell'unica zona nell'intero comprensorio nella quale si uniscono i terreni di origine Tortoniana ed Eleveziana, appartenendi ad ere geologiche diverse. Il nome Cannubi compare già in un'etichetta del 1752, prima della denominazione Barolo. La bottiglia si trova nel Comune di Bra presso la famiglia Manzone e reca la scritta "Cannubi 1752". Il disciplinare del Barolo prevede che il vino debba essere sottoposto ad un periodo minimo di invecchiamento di 38 mesi di cui 18 trascorsi in botti di rovere o di castagno. Se l'invecchiamento si protrae per almeno 62 mesi il vino può avvalersi della menzione aggiuntiva Riserva.



Barbaresco Docg: dalla storia relativamente recente. Il primo riferimento arrivato fino a noi sono tre bottiglie di "Barbaresco 1870", ma con etichetta scritta a mano, conservate nella Ca- ➜



Castello di Perno, vini eleganti dall'impronta classica

Nel cuore delle Langhe sorge il pittoresco borgo di Perno. Il castello, di origine medievale, che dà il nome alla cantina, si trova nel comune di Monforte d'Alba (Cn), l'ultimo borgo della Langa del Barolo. Alle fine degli anni '70 Giulio Einaudi stabilì qui la sede secondaria della sua casa editrice. Al Castello di Perno hanno scritto autori importanti della letteratura italiana, tra cui Primo Levi. La Cantina Castello di Perno ha invece sede a Castelletto, località tra le dorsali di Perno e Serralunga che da` il nome ad un rinomato cru della Docg Barolo. Oggi il Castello e la cantina sono di proprietà della famiglia Gitti, che ha avviato un progetto basato su uno stile di stampo neoclassico: produrre vini sposando la tradizione barolista, interpretandola attraverso una sensibilità che vuole rinnovarsi nel tempo, con la consapevolezza che i vini sono cose vive.

Il Barolo Docg Castelletto rappresenta perfettamente il progetto della cantina. Un cru che riesce a conciliare l'eleganza e la potenza delle dorsali di Monforte con la struttura minerale e opulenta tipica del territorio di Serralunga. Dopo una lunga macerazione sulle bucce di quasi 35 giorni, questo vino affina almeno 18 mesi in grandi botti di rovere austriaco per poi essere travasato in serbatoi di cemento fino all'imbottigliamento.

I vini della cantina Castello di Perno sono distribuiti da Pellegrini Spa. cod 80459

Per informazioni: **www.pellegrinispa.net - castellodiperno.it/cantina**

scina Drago di San Rocco Seno d'Elvio. La data di nascita ufficiale è il 1894: in quell'anno furono vinificati i primi 100 quintali di uva il cui succo fermentato avrebbe assunto il nome del vino su un'etichetta stampata. Dopo la costituzione all'inizio del '900 della prima associazione di tutela del Barbaresco, nel 1926 fu delimitata ufficialmente la zona di produzione. Una data sicuramente significativa è il 1961, quando l'azienda Gaja decise di vinificare solo le uve di proprietà rinunciando a quelle acquistate con le quali produceva Barolo. Il Barbaresco diventò così il vino bandiera dell'azienda, che in breve tempo sarebbe diventata famosa in tutto il mondo. Infine, nel 1961 fecero la loro comparsa le prime bottiglie di Barbaresco con l'indicazione del cru in etichetta. Nel 2007 si è concluso il decennale lavoro di delimitazione delle sottozone di questa Docg a cura dell'Enoteca Regionale del Barbaresco. La zona di produzione del Barbaresco comprende 780 ettari, un potenziale di 5 milioni di bottiglie, 66 menzioni geografiche aggiuntive, 65% della produzione viene venduta all'estero. Primi paesi di destinazione: Usa, Germania e Scandinavia. Il disciplinare di produzione richiede l'invecchiamento minimo di 26 mesi di cui 9 mesi in botti di legno; se l'invecchiamento si protrae per almeno 50 mesi il vino può avvalersi della menzione aggiuntiva Riserva.

Consorzio di tutela del Barolo Barbaresco Alba Langhe e Dogliani

Il Consorzio Barolo Barbaresco Alba Langhe e Dogliani, presieduto da Matteo Ascheri, conta 527 cantine associate. I vigneti si estendono per circa 10mila ettari e quelli delle denominazioni tutelate sono così suddivisi: Barolo 2.184 ettari; Barbaresco 725; Dogliani 813; Diano d'Alba 216; Barbera d'Alba 1.630; Nebbiolo d'Alba 1.020; Dolcetto d'Alba 1.013; Langhe 2.051 ettari (di cui 734 Langhe Nebbiolo). La produzione si attesta sui 63 milioni di bottiglie. Dieci le denominazioni tutelate (Barolo, Barbaresco, Dogliani, Dolcetto di Diano d'Alba, Barbera d'Alba, Langhe, Dolcetto d'Alba, Nebbiolo d'Alba, Verduno Pelaverga, Alba).

Barolo en primeur

Il 30 ottobre il Castello di Grinzane Cavour ospiterà la prima edizione di "Barolo en primeur". Una gara internazionale di beneficenza realizzata con la collaborazione della casa d'asta internazionale Christie's a sostegno di progetti di utilità sociale, a cui saranno abbinate 15 barriques, ancora in affinamento, di uve Nebbiolo da Barolo della storica vigna Gustava, posta ai piedi del castello, e donate ai maggiori sostenitori del progetto. Da ogni barrique saranno ottenute circa 300 bottiglie di Barolo Gustava 2020 (enologo Donato Lanati) numerate e "vestite" da un'etichetta creata in esclusiva dallo scultore Giuseppe Pe-

Toso, passione enologica da 4 generazioni

La storia della famiglia Toso si intreccia da oltre 100 anni e da quattro generazioni alla tradizione piemontese del vino e alle sue terre più vocate: il capostipite Vincenzo Toso, bisnonno degli attuali titolari, nel 1910 trasferì la sua attività dall'Astigiano, terra vocata al vitigno Barbera, a Santo Stefano Belbo, nel Cuneese, dove le colline erano invece vestite dai filari del Moscato. Ed è proprio in queste zone che l'attività di famiglia avrebbe messo radici durature. A Vincenzo successe il figlio Pietro e poi i suoi due figli Luigi e Vincenzo. Poco per volta, il Moscato d'Asti e l'Asti Spumante sono diventati i veri protagonisti della produzione di Casa Toso. Dal 1993 l'azienda si è trasferita definitivamente nell'attuale sede di Cossano Belbo (Cn), a pochissimi chilometri di distanza. È stato il passo decisivo per costruire un'azienda che resta profondamente radicata nella tradizione e contemporaneamente proiettata verso il futuro, guidata oggi dalla quarta generazione della famiglia con i due fratelli Gianfranco e Pietro ed il cugino Massimo.



Custode dei segreti e delle fatiche della Cantina, il Museo Enologico Toso, nato nel 2001, è una ricca raccolta di oggetti e attrezzature che vengono dal passato, selezionate e catalogate dalla famiglia Toso per presentarle e raccontarle al pubblico contemporaneo.

Oltre alla produzione di vini e spumanti piemontesi - tra cui il nuovo Asti Secco Docg, un particolare spumante prodotto da uve Moscato - Casa Toso produce anche il Vermouth Gamondi, storico marchio di Acqui Terme, ed il Toccasana di Teodoro Negro, l'amaro più tipico delle Langhe. cod 80425

Per informazioni: **www.toso.it**



none. Le bottiglie saranno consegnate, dopo il periodo obbligatorio di affinamento, a partire da gennaio 2024. Base d'asta 30mila euro.

L'asta sarà promossa dalla Fondazione Cassa di Risparmio di Cuneo, in collaborazione con la Fondazione Crc Donare e con il Consorzio di tutela Barolo Barbaresco Alba Langhe e Dogliani, in collegamento simultaneo da New York, dove sarà presente Antonio Galloni, il critico enologico e ceo di Vinous che ha coniato un NFT (Non Fungible Token), certificato di autenticità digitale garantito tramite blockchain e annesso a ogni barrique. A battere l'asta sarà Cristiano De Lorenzo, direttore di Christie's Italia.

Cantine d'autore nelle Langhe

L''Astemia pentita: suscita curiosità fin dal doppio apostrofo, non un errore. Si trova tra il crinale di Cannubi e il borgo di Barolo, due cassette da vino sovrapposte progettate dall'architetto Gianni Arnuado (l'ideatore del famoso divano a forma di bocca). Voluta dall'imprenditrice piemontese Sandra Vezza, leader di un importante gruppo industriale nella produzione di gelatine e di una azienda che opera nei complementi di arredo. Per l'arredo interno immancabili alcuni dei prodotti iconici di Gufram, come il divano Bocca, disegnato nel 1970 (ha compiuto ben 50 anni), il Cactus di Guido Drocco e Franco Mello del 1972, ma anche progetti più recenti come la poltrona Roxanne di Michael Young del 2017 e la poltrona gigante Mikey dei Sogni disegnata nel 1972 da Studio 65 che sovrasta la stanza della barricaia.

Cantina Terre da vino: sede della cooperativa che riunisce oltre 2.500 piccoli conferitori. Un'altra cantina progettata dall'architetto cuneese Gianni Arnaudo. L'intero progetto architettonico si ispira nelle forme all'antica cascina di Langa e alle linee sinuose delle colline. I volumi del complesso sono collegati da una passerella aerea in acciaio e legno.

Cascina Adelaide di Amabile Drocco: progetto degli architetti Paolo e Ugo Dellapiana e Francesco Bermond Des Ambrois (2002). Una cantina ipogea scavata all'interno di una collina, lasciando sopra di sé esclusivamente la copertura della sala di degustazione, che prende la luce da un'ampia vetrata affacciata sulle vigne dell'azienda. Il suo profilo ricorda una collina, elemento tipico del paesaggio delle Langhe, che scende dolcemente verso valle. cod 80473



NEBBIOLO, BARBERA E NON SOLO
TANTE VARIETÀ PER VINI D'ECCELLENZA



di ***Paolo Porfidio***

«Una eccezionale testimonianza vivente della tradizione storica della coltivazione della vite, dei processi di vinificazione, di un contesto sociale, rurale e di un tessuto economico basati sulla cultura del vino». Basterebbero queste parole, usate dall'Unesco per descrivere le Langhe, annoverate come Patrimonio Mondiale dell'Umanità, per farci venire voglia di prendere l'automobile o il treno e partire verso questo territorio che definirlo "magico" è quasi riduttivo.

In questi luoghi si respirano i profumi della Nocciola Tonda Gentile, varietà tra le più pregiate al mondo, di grandi carni derivanti dall'attento allevamento della Fassona, razza magra di grande finezza e prelibatezza, di salumi e formaggi Dop e del tanto ambito tartufo. E non un tartufo qualsiasi, ma quello bianco d'Alba, il più pregiato al mondo, sinonimo di lusso, che riesce da solo ad attirare oltre 300mila visitatori da tutte le parti del mondo in occasione della Fiera internazionale a lui dedicata. E poi pensiamo al profumo del vino, che in questo periodo di vendemmia "al ribollir dei tini" (per citare Carducci) fa rallegrare le anime. In questi declivi si sposano vitigni autoctoni tradizionali e internazionali, a garantire la matrice di un suolo favorevole alla viticoltura di qualità, unito ad un clima invidiabile.



Un territorio dalle caratteristiche uniche

Il clima prettamente temperato freddo subcontinentale garantisce un ambiente unico in tutto il Piemonte, grazie all'effetto protettivo della catena alpina e dell'influenza di correnti miti e umide dal mar Ligure. Fattori che si esprimono in differenti modi a seconda delle varie quote ed esposizioni, creando un'innumerevole varietà di microclimi diversi, capaci di dare un'infinità di emozioni differenti nel calice.

Il suolo è di origine sedimentaria e marina, di derivazione oceanica, dall'antico bacino terziario piemontese. A partire da circa 12 milioni di anni fa, i fondali erano luogo di accumulo dei sedimenti che oggi formano le rocce stratificate della zona. Durante le diverse mutazioni di profondità del mare, le rocce hanno visto cambiamenti importanti, mutando in composizione e tessitura, portando ad oggi formazioni geologiche distinte che passano da marne calcaree, sabbia, limo, ad argille ricche di sedimenti marini. Questa diversità nel sottosuolo incrementa le sfaccettature che, a seconda della zona, caratterizzano la bevuta finale dei grandi vini prodotti da queste parti.

Nebbiolo, il più antico vitigno autoctono del Piemonte

La lente di ingrandimento è sicuramente da focalizzare sui grandi protagonisti delle Langhe, i vitigni che concorrono alle numerose denominazioni, costantemente in crescita. In questo senso, non si può che partire dal principe indiscusso, il Nebbiolo, vitigno a bacca rossa tra i più nobili e preziosi che il nostro Paese possa offrire. È il più antico vitigno autoctono del Piemonte e concorre alla maggior parte delle denominazioni di qualità di questa regione. Per molti il suo nome pare derivare dalla caratteristica morfologia dell'acino che, totalmente ricoperto da pruina, lo renderebbe "annebbiato". La peculiarità più spiccata di questa varietà è la sua sensibilità ai fattori pedoclimatici che portano alla produzione di vini profondamente diversi, molto spesso anche da vigneto a vigneto. È proprio questa varietà a dar vita ad alcune delle denominazioni più ambite dai wine lovers di tutto il mondo, come Barolo e Barbaresco.

Il Barolo, il "Re dei vini e vino dei Re", nato dalla caparbietà di Camillo Benso Conte di Cavour e di Giulia Colbert Falletti, marchesa di Barolo, e apprezzato dalle corti di tutta Europa nel XIX secolo, è oggi sinonimo di assoluta eccellenza e ricercatezza. Prodotto in 11 comuni, adiacenti a Barolo, esprime tutta l'eleganza e la tenacia del Nebbiolo, con il suo tipico colore rosso granato scarico e le note di piccoli frutti rossi, rosa e viola che, invecchiando, virano verso le spezie e l'etereo, tartufo e goudron (catrame). Tutte caratteristiche che lo rendono adatto all'abbinamento con grandi piatti a base di funghi e tartufo bianco d'Alba. È la prima denominazione in Italia ad aver introdotto il ricercatissimo concetto di "Mega" (menzione geografica aggiunta), uno studio di parcelle e suoli che ricorda il sistema dei "cru" utilizzato in Francia, a testimonianza di una diversità che, nel calice, si traduce in vini dalle mille sfumature e differenze.

Il Barbaresco, prodotto in soli 4 comuni (Barbaresco, Neive, Treiso e Alba), definito il fratello naturale del Barolo, poiché la sua notorietà è riconducibile allo stesso periodo dei Marchesi di Barolo, ma questa volta grazie all'ingegno del primo preside della Regia Scuola Enologica di Alba, il prof. Domizio Gavazza. In questo caso il Nebbiolo in purezza esprime un colore rosso rubino scarico con riflessi granati e aranciati, con una grande struttura e nerbo. Nella versione Riserva si ottiene maggiore armonia ed evoluzione, per abbinamenti con grandi arrosti, selvaggina e formaggi stagionati.

Barbera, l'uva piemontese per eccellenza

Agli antipodi di questa varietà troviamo la Barbera (la diatriba tra l'accezione femminile o maschile è aspra tra Asti e Alba, un po' come la questione arancino/arancina in Sicilia), varietà che grazie alla sua grande adattabi- ➜



ta, complesso, caratterizzato da note floreali, arricchite da piacevoli note tostate di nocciola.

Altro vitigno autoctono a bacca bianca è la Nascetta, che regala vini aromatici che si prestano all'affinamento in legno e all'invecchiamento, passando da note fruttate e floreali a piacevoli toni evoluti tendenti all'idrocarburo.

lità e alla sua riconosciuta vigoria, tanto da essere resistente alla forte minaccia della fillossera, vide alla fine dell'Ottocento un grande sviluppo, diventando l'uva piemontese per eccellenza. Tra le denominazioni caratterizzate dall'utilizzo di questo vitigno, ricordiamo il Dolcetto d'Alba, il Dolcetto di Dogliani e il Dolcetto di Diano d'Alba. In Langa è la versione Doc Barbera d'Alba la più apprezzata dai consumatori, con i suoi colori purpurei, i profumi nettamente fruttati di confettura e spezie. Un vino capace di abbinare primi piatti come la pasta al forno, fino a secondi di carne e formaggi della tradizione Piemontese a media/lunga stagionatura.

Dolcetto, Pelaverga, Arneis, Nascetta

Un'altra varietà molto diffusa in Langa è il Dolcetto, che deve l'origine dal suo nome proprio alla sua caratteristica zuccherina della polpa, nonostante i vini da esso ottenuti siano decisamente secchi, caratterizzati da piacevole acidità e piacevoli note fruttate. Grazie alle sue proprietà remineralizzanti, depurative, diuretiche, lassative e decongestionanti per il fegato, nel Novecento ha visto un largo impiego anche nella cosiddetta cura dell'uva. Oggi concorre alla produzione di vini di pronta beva, per soddisfare l'accompagnamento quotidiano, e vini evoluti, capaci di invecchiare fino a 7-8 anni, regalando grandi soddisfazioni.

Una piccolissima produzione, concentrata nel comune di Verduno, vede il vitigno Pelaverga come protagonista. Una varietà tanto prestigiosa quanto misteriosa, basti pensare che in passato si credeva fosse il vitigno da cui si ricavava il vino che la marchesa di Saluzzo, Margherita Foix, inviava a Papa Giulio II per ottenerne i favori. Riscoperto recentemente dai viticoltori locali verso gli anni Settanta, è oggi molto richiesto sia per il suo caratteristico aroma speziato, sia grazie alla crescita di attenzione da parte degli amanti del vino di vitigni autoctoni.

In Langa, inoltre, non è raro imbattersi in vigneti a bacca bianca, a testimonianza di una diversità che non smette di stupire. Uno tra i più caratteristici è sicuramente l'Arneis, che in dialetto locale significa "birichino" o "scapestrato". In passato questa varietà veniva coltivata nei pressi dei vigneti di nebbiolo, utilizzata come "repellente" nei confronti degli uccellini affamati che, attratti dal profumo intenso di questa varietà, non disturbavano il principino rosso. Negli ultimi decenni è cresciuta l'attenzione enologica nei confronti di questo vitigno, capace di regalare un calice profumato e, talvolta, complesso, caratterizzato da note floreali, arricchite da piacevoli note tostate di nocciola.

Alta Langa metodo Classico

Negli ultimi anni però, sta facendo parlare molto di sé anche l'Alta Langa, con le sue "Cattedrali Sotterranee" patrimonio dell'Unesco, dove riposano comodamente alloggiate sulle iconiche pupitre bottiglie champagnotte di metodo Classico, che sempre più spesso trovano spazio sulle tavole più prestigiose di ristoranti gourmet di tutto il mondo. Bollicine piemontesi per eccellenza, nate dalla forte influenza francese e dagli studi condotti da Carlo Gancia a Reims, che tornando in Piemonte, nella zona di Canelli, decide di impiantare barbatelle di Pinot noir e Chardonnay, sviluppando la tecnica di lavorazione del metodo "Champenoise". Passo dopo passo, con il contributo di importanti imprenditori del territorio, dalla fine dell'800 ad oggi abbiamo assistito al raggiungimento di un livello qualitativo altissimo, che fa tremare le gambe ai produttori di metodo Classico di tutte le altre regioni.

Altre decine di varietà sono coltivate in questo territorio, non di minore importanza ma di minor utilizzo, a testimoniare la "magia" delle Langhe, colline da visitare, conoscere e vivere, che devono tutto agli uomini e alle donne che quotidianamente scelgono di dedicare anima e corpo allo sviluppo e alla valorizzazione di un territorio unico. cod 80366



EFFETTO
SENNA



L'ITALIA DEL VINO

IL PIEMONTE IN 5 GRANDI BAROLO



di ***Eros Teboni***
Miglior sommelier del mondo Wsa 2018

Scolpito nella memoria degli appassionati grazie a una straordinaria capacità espressiva, il Barolo è da sempre il protagonista assoluto dell'enologia italiana. Il toponimo, che deriva dal celtico "bas reul" e indica un luogo basso, nel 1200 muterà in Villa Barogly e nel 1600 in Barrolo e Barollo. Un vino leggendario la cui storia è connessa alla potentissima famiglia dei Falletti attiva già a metà del 1200, ma per arrivare al Barolo come lo conosciamo, che inizialmente era dolce e frizzante, saranno determinanti le competenze dell'enologo francese Louis Oudart e le intuizioni di Camillo Benso Conte di Cavour.

Un vino internazionale, con una lunga schiera di estimatori che in quasi tre secoli ne hanno alimentato la reputazione. cod 80481



BAROLO CEREQUIO MICHELE CHIARLO 2017

Prezzo medio: 70 euro

Abbinamento consigliato: tagliolini con tartufo bianco d'Alba, ravioli del Plin, brasato di vitello al Barolo, formaggio Castelmagno.

Nel 1958 Michele Chiarlo firma la sua prima bottiglia di Barolo, due anni prima aveva rilevato i terreni circostanti a una borgata dimenticata del Monferrato, riversando nell'attività di famiglia, la medesima dedizione ricevuta in dote da papà Pietro, che aveva iniziato a produrre vino nell'Astigiano, puntando tutto sulla valorizzazione dei terroir monferrini. Entrato di diritto tra i cru di "Prima Categoria" nella celeberrima Mappa del Barolo del 1965, firmata dall'autorevole Renato Ratti, il Cerequio si origina al riparo dalle brezze, tra La Morra e Barolo, grazie a un'esposizione e un microclima favorevoli. Nove ettari vitati a Nebbiolo, con la parcella più vecchia che risale al 1972, danno vita a uno dei Barolo più rinomati dell'intera area, un cru storico che all'assaggio si caratterizza per intensità, potenza, corpo e struttura, rivelando uno straordinario potenziale di invecchiamento.

BAROLO SOTTOCASTELLO RISERVA 2013 CA' VIOLA

Prezzo medio: 60 euro

Abbinamento consigliato: risotto fil di fumo, carbonata piemontese, stufato di carne rossa e cioccolato nero.

Tutto inizia in una vigna affittata a Montelupo Albese in Langa e in un garage, dove Beppe effettua la vinificazione, fino a quando Elio Altare dopo aver assaggiato il suo vino, ne scorge il potenziale incoraggiandolo a proseguire. È il 1991 quando esce la prima etichetta, poi nel 2002 la cantina si trasferisce a Dogliani e nel 2005 si comincia a produrre Barolo, con il cru Sottocastello di Novello. 470 metri, esposizione a sud, terreni calcarei, vigne di 10 anni e una densità di 5.000 ceppi per ettaro. Una riserva sensazionale, di grande eleganza e finezza, che esprime un Barolo preciso negli equilibri, con una notevole pulizia di frutto e una pregevole persistenza. Ottimo se bevuto giovane, ma se lo lasciamo riposare qualche anno, avremo risultati straordinari.





BAROLO RISERVA BUSSIA 90DI' GIACOMO FENOCCHIO 2015

Prezzo medio: 75 euro

Abbinamento consigliato: cannelloni alla piemontese, selvaggina, uova al tartufo d'Alba.

La prima etichetta compare nel 1947, ma è un'azienda che si origina nel 1864. Papà Giacomo, sarà uno dei precursori nella vinificazione separata del Barolo, distinguendo vigne e Comuni, Claudio collabora da sempre in azienda, ma subentrerà completamente nel 1989. Un grande Barolo tradizionale prodotto da una famiglia storica, che oggi prosegue con la quinta generazione. Quattordici ettari vitati biologici anche se non certificati, in regime di agricoltura sostenibile, per una grande riserva che nasce a circa 300 metri di altezza, esposta a sud-ovest su un terreno ricco di sedimenti argillosi, calcarei, ferrosi e vigneti di 30 anni. Un barolo austero, fortemente identitario, "vecchia scuola", che in un'annata calda esprime grande potenza e sfodera profumi floreali importanti, piacevoli note balsamiche, acidità e tannini in armonia fra loro, insieme a riconoscibilità e grande piacevolezza di beva.

BAROLO PAOLO CONTERNO GINESTRA RISERVA 2011

Prezzo medio: 130 euro

Abbinamento consigliato: risotto al Barolo, polenta con funghi e pecorino, selvaggina, formaggio di Fossa, Parmigiano Reggiano stravecchio.

Fondata nel 1886 da Paolo Conterno l'azienda nasce a Casa della Ginestra e si estende a macchia di leopardo sulla collina, dove si coltivano a seconda delle caratteristiche e dell'esposizione uve Nebbiolo, Barbera e Dolcetto. Oggi c'è Giorgio alla guida dell'azienda, (quarta generazione) e la filosofia non è mutata, la stessa dedizione al territorio e all'artigianalità del fondatore. Dieci ettari di marne calcareo-argillose, esposti a sud/sud-est, con pendenze fino al 38%, rilevanti escursioni termiche e notevole luminosità. I suoi Barolo hanno longevità e struttura e questa super riserva "tradizionale", punta tutto sulla forza e la persistenza, il sorso esprime potenza, eleganza e ci colpisce per la parte fruttata/floreale, profumi di ciliegia e in particolare di viola. Un cru molto fresco e croccante, malgrado si tratti di una riserva.





BAROLO RIVA ROCCA CLAUDIO ALARIO 2017

Prezzo medio: 35 euro

Abbinamento consigliato: lasagne ai porcini, cacciagione di cervo e camoscio, oca al forno, formaggi stagionati.

Nel comune di Verduno nel Cuneese, un produttore centenario, che da tre generazioni si dedica con passione a vigna e cantina. Dal 1988 si producono eccellenti Dolcetto e Barbera, mentre dal 1995, in un contesto naturale di biodiversità, privilegiando basse rese, un'interessante Barolo, con viti che hanno dai 20 ai 50 anni. Un Barolo moderno, che all'assaggio rivela grande struttura, dolcezza e piacevolezza, ma anche potenza e intensità di frutto. Un Barolo già pronto per essere bevuto ora, che conserva uno stile contemporaneo, coinvolgente, tannico, morbido, grazie al legno e alle barrique impiegate con sapienza dal produttore. Grazie al trascorrere del tempo potrà solo migliorare, offrendo un'esperienza ancora più intensa.



PRUNOTTO, DA OLTRE UN SECOLO BAROLO E BARBARESCO CHE RACCONTANO IL TERRITORIO

Prunotto è un'azienda che produce grandi vini Barolo e Barbaresco da più di 100 anni (dal 1904) ed è stata la prima azienda nel 1961 a produrre il Barolo Bussia che può essere considerato il primo "grand cru" di Barolo. I vigneti di Prunotto si estendono per circa 65 ettari nel territorio delle Langhe e del Monferrato, frazionati in piccoli appezzamenti e singoli vigneti da cui nascono grandi vini rossi. L'azienda, di proprietà della famiglia Antinori dal 1989, è immersa in un paesaggio che seduce per la bellezza delle colline che si alternano con le piccole valli degradanti in filari a girapoggio. La filosofia produttiva di Prunotto è da sempre rivolta al costante sviluppo delle cantine e delle tecniche di affinamento, una sfida continua per riuscire a raggiungere la migliore qualità.

Il Barolo Bussia e il Vigna Colonnello (Barolo Riserva) nascono dallo splendido vigneto della piccola tenuta Bussia di Monforte d'Alba (Cn), che si caratterizza per un'attenzione maniacale al dettaglio e alla qualità. Ristrutturata più di 10 anni fa, la tenuta si estende per 7 ettari di vigneti la cui particolare conformazione ad anfiteatro permette, attraverso una vendemmia scalare, di raccogliere uve sempre perfettamente mature. L'eterogeneità dell'esposizione delle vigne, da sud-ovest a sud, e l'affinamento tradizionale in botte grande esaltano l'equilibrio e la complessità del Nebbiolo.

Un'altra delle etichette storiche di Prunotto è il Barolo classico, nato con la vendemmia 1905 e prodotto ogni anno utilizzando le migliori uve provenienti da diversi vigneti nel cuore della denominazione del Barolo. L'affinamento in botti grandi di diverse capacità esalta la straordinaria tipicità del Nebbiolo di queste zone. Un vino di grande equilibrio.

Prunotto racconta, attraverso le proprie etichette, la storia e la particolarità del territorio, esprimendo le mille sfumature di ogni piccolo appezzamento. Una sfida continua, tra tradizione e innovazione, per mostrare le caratteristiche di un terroir unico attraverso varietali autoctoni e non. cod 80445



Prunotto
Corso Barolo 14 - 12051 Alba (Cn)
Tel 0173 280017
www.prunotto.it

CUVAGE METODO CLASSICO ALTA LANGA DOCG, ESPRESSIONE DI UN TERROIR UNICO



di *Andrea Lupini*

La casa spumantiera Cuvage nasce nel 2011 ad Acqui Terme, in provincia di Alessandria, territorio famoso nel mondo per lo spumante italiano. Cuvée e Perlage sono i due termini chiave nella produzione del vino spumante: dalla loro liaison nasce Cuvage. Orgogliosa delle proprie origini Piemontesi, Cuvage punta su vitigni autoctoni come Nebbiolo e Cortese, uniti a vitigni internazionali classici. Cuvage nasce per sottolineare un terroir unico, ed esaltare il territorio di provenienza degli spumanti italiani di qualità.

Punta di diamante è il Cuvage Metodo Classico Alta Langa Docg, ottenuto da Pinot Nero e Chardonnay. I vigneti sono situati sulla dorsale collinare che va da Strevi a Castino, un insieme di svariate espressioni di territorio posti ad un'altitudine fino a 450 metri sul livello del mare. I terreni che caratterizzano questa Cuvée possono essere definiti come un amalgama di marne grigio-biancastre di forte componente calcarea. I vigneti posti nell'areale di Sessame trovano giovamento della continua ventilazione del "Marino", vento che spira dalla costa ligure e che dona ai frutti una complessità distintiva.



Il sistema d'allevamento utilizzato è il Guyot. Densità di impianto pari a 4.000-5.000 ceppi per ettaro e l'età media delle viti è di 25 anni. L'epoca vendemmiale ricade a fine agosto/inizio settembre esclusivamente a grappolo intero adagiato in cassetta. La maturazione avviene sui lieviti per almeno 36 mesi. Sboccatura à la glace dopo un minimo di 36 mesi. A seguire, maturazione in bottiglia per un minimo di sei mesi.

Ottenuto da Pinot Nero e Chardonnay, è un vino croccante, sapido, strutturato, fresco, con durezze appena accennate. Si presta ad essere abbinato a secondi piatti, tempura, frutti di mare e verdura dal gusto intenso

Dal colore giallo paglierino con riflessi dorati, dal perlage a grana finissima e di grande persistenza. L'avvio caratterizzato dalle classiche sensazioni di crosta di pane e da una mineralità che ricorda la pietra focaia; man mano che il vino si acclimata al bicchiere emerge il carattere della Cuvée che esprime la frutta gialla matura ed al contempo sfumature di ribes. L'azione dell'aria nel bicchiere continua svelando un floreale che ricorda il glicine. Presenti sono le note lievemente tostate di nocciola. Al palato è un vino croccante, sapido, strutturato, fresco, con durezze appena accennate. Per quanto riguarda gli abbinamenti, da sperimentare senza pregiudizi: si consiglia di andare controcorrente abbinandolo ai secondi piatti, preferibilmente di carni crude, tempura, frutti di mare e verdura dal gusto intenso. Anche tartufo bianco e formaggi stagionati si accompagnano perfettamente a questo vino. Servire a 4-6°C. cod 80197

Cuvage
Stradale Alessandria 90 - 15011 Acqui Terme (Al) - Tel 0144 371600
www.cuvage.com





LA TRADIZIONE LANGAROLA REINTERPRETATA NEI RISTORANTI GOURMET DEL TERRITORIO

L'autunno nelle Langhe rappresenta la stagione gastronomica più ricca e variegata per antonomasia, in grado di regalare prodotti locali unici e pregiati, che vanno dal tartufo ai porcini. La sapienza degli chef permette di trasformare le materie prime del territorio in piatti dai sapori inconfondibili. Alle ricette stagionali, che si possono gustare nei numerosi ristoranti, tra le colline astigiane e i vigneti cuneesi, si affiancano le preparazioni della tradizione, in alcuni casi rivisitate dagli chef: dagli agnolotti del plin ai tajarin, dalla bagna caoda al vitello tonnato ottenuto da carne piemontese, dalla carne all'albese ai numerosi dolci che valorizzano soprattutto la Nocciola Tonda Gentile Igp. Il tutto innaffiato da etichette eccezionali, frutto di vendemmie ottenute dai vitigni più famosi al mondo come Barolo, Barbaresco, Nebbiolo, Dolcetto e Barbera. cod 80513







Al Piazza Duomo ❀❀❀ l'Insalata del vignaiolo è un omaggio al lavoro agricolo

Fra le tappe imperdibili c'è sicuramente il Ristorante Piazza Duomo ad Alba (Cn), una location dal fascino secolare, che vanta tre stelle Michelin. La famiglia Ceretto da inizio anni Duemila si avvale della collaborazione dello chef Enrico Crippa, membro Euro-Toques, che ama stupire gli ospiti con degustazioni artistiche, dinamiche e sorprendenti, dove ricette centenarie ed eccellenze del territorio incontrano un palato senza frontiere. La prima stella arriva nel 2006, la seconda nel 2009 e la terza tre anni più tardi. Dal 2013 la cucina di Crippa porta il Piazza Duomo nella lista dei 50 migliori ristoranti del mondo. L'Insalata del vignaiolo rappresenta l'omaggio dello chef a coloro che lavorano alla vendemmia. Questa ricetta, presente nel menu Barolo, fa parte della tradizione contadina delle Langhe e rappresenta la fusione tra regale e popolare, senso di appartenenza e gusto per il nuovo, un invito a conoscere e riconoscere la storia ruvida e preziosa di un territorio dove la tradizione contadina è da sempre intrecciata con la vita dei re. L'insalata del vignaiolo recupera gli avanzi di bollito, accompagnati dalla salsa verde, per dare forza nei giorni di lavoro nei campi, invitando a reinventare i piatti senza sprecare.

Risotto al profumo di bagna caoda a La Madernassa ❀❀

La Madernassa di Guarene (Cn), che ha conquistato nel 2019 la seconda stella Michelin, è il regno dello chef Michelangelo Mammoliti. Da casa di campagna il ristorante è diventata una delle insegne da provare, soprattutto nel cuore del periodo del tartufo. La consolidata tecnica francese si approccia al sapore piemontese, con un menu dedicato al cosiddetto "Oro Bianco". Irrinunciabili i tajarin di farina 7F, cotti in estrazione di pollo, burro d'alpeggio e il suo jus. Unica la ricetta del riso cotto in estrazione di sedano rapa, emulsione di bagna caoda, cardo di Nizza e fava di Tonka. Dopo aver estratto il sedano rapa e ottenuta la sua crema, vengono stufati i cardi in olio di acciughe e brodo, che vengono poi frullati. Il riso cuoce per 12 minuti, ma a cinque dalla fine cottura si aggiungono le puree di cardo e sedano rapa. A questo punto si lascia riposare e si manteca con burro e Parmigiano Reggiano 48 mesi, si gratta la fava di Tonka, si dispone il cardo nel centro del piatto e si aggiunge l'emulsione alla bagna caoda. Si può infine completare tagliando generosamente delle lamelle di tartufo bianco d'Alba sopra il riso.





Salsiccia e peperoni nel risotto di Guido da Costigliole ✿

Anche il ristorante stellato Guido da Costigliole del Relais San Maurizio, ricavato all'interno dell'antico monastero di Santo Stefano Belbo (Cn), ha un forte legame con il territorio. Notevole la proposta a base di tartufo, elevato all'ennesima potenza dallo chef Luca Zecchin. Fra le ricette con i prodotti delle Langhe è imperdibile il Risotto con salsiccia di Bra cruda (un prodotto tradizionale della salumeria braidese, preparata con carni magre di bovino e pancetta di suino) e melassa di peperoni rossi di Carmagnola, il peperone autoctono per eccellenza, da abbinare con un bel Langhe Nebbiolo, giovane e vibrante. Da una lunga tradizione in ambito vitivinicolo del Relais San Maurizio - che sin dalla sua nascita ha voluto fare della valorizzazione del territorio la propria cifra stilistica - è nato anche il San Maurizio Wine Club, un luogo phygital dove il vino è il protagonista con un'accurata selezione di etichette di produttori dal Piemonte, insieme ad una collezione di etichette italiane e internazionali disponibili anche tramite lo shop online.





Luca Zecchin



Davide Palluda

All'Enoteca di Canale ✿, da provare il Porcino arrosto

La mano del cuoco piemontese Davide Palluda è una garanzia per il ristorante All'Enoteca di Canale, in provincia di Cuneo, una stella Michelin confermata dal 2000. La cucina racconta il territorio e la saggezza casalinga di tante anonime massaie contadine, ma senza indulgere sulla nostalgia e senza chiudersi sulla tradizione e sul déjà vu. Il menu, pertanto, segue le stagioni di Langa e Roero, ma si apre a contaminazioni di colori e di sapori che sono frutto di viaggi, ricerca e creatività dello chef. L'autunno offre imperdibili piatti dedicati al tartufo, ma anche ricette veramente originali, come il Porcino arrosto, reso dorato e croccante grazie alla cottura in olio evo. Per il fondo vegetale vengono utilizzate carote, sedano rapa, cipolle rosse, radice di scorzonera, topinambur, radice di prezzemolo, melanzane, pomodoro in pasta, alga kombu, olio extravergine di oliva, sale, pepe bianco ed erbe aromatiche come salvia, prezzemolo, alloro, origano, timo e maggiorana. Il piatto viene servito con il suo fondo vegetale, lamelle di crudo ottenute con un tagliatartufo e polvere di anice stellato.



Vini e cucina del territorio alla Locanda in Cannubi



Anche per la Locanda in Cannubi, un'istituzione della cucina tradizionale delle Langhe, gli agnolotti del plin rappresentano il piatto più richiesto dalla clientela. La famiglia Bertolini-Boggione gestisce il locale nel paese di Barolo, in provincia di Cuneo, con una particolare attenzione ai sapori freschi e di stagione. La Locanda è il luogo ideale dove degustare i vini della Tenuta Carretta, tra i quali l'eccezionale Barolo Cannubi, prodotto con le uve Nebbiolo raccolte vicino al ristorante. Gianni Bertolini serve i grandi classici piemontesi, fra i quali non possono mancare, giustappunto, gli agnolotti del plin. In questo caso la sfoglia all'uovo contiene un ripieno ottenuto da polpa di Fassona, coniglio, maiale e vitello, insieme a scarola, Parmigiano Reggiano, vino bianco, burro, noce moscata, sedano, carota, cipolla, alloro, rosmarino, sale e pepe. L'impasto, che deve risultare omogeneo, liscio ed elastico, viene lasciato riposare in frigorifero, avvolto nella pellicola. Per il ripieno vengono fatte soffriggere le verdure con le carni e le erbe, rosolate e infine sfumate con il vino. A questo punto i plin vengono cotti in acqua salata per un paio di minuti, dopodiché vengono scolati e serviti con un ristretto di vitello, oppure con burro e salvia.



Gianni Bertolini



Dennis Panzeri

Gli agnolotti del plin de La Piola



Ristorante che vai, tradizione che trovi, a partire dagli agnolotti del plin, che nelle Langhe sono uno dei primi più amati e ricercati. Piatto immancabile nei menu dei ristoranti delle Langhe, si differenzia da locale a locale proprio per la lavorazione a mano e per gli ingredienti utilizzati. Lo chef Dennis Panzeri del ristorante La Piola di Alba (Cn), aperto nel 2005 dalla famiglia Ceretto, prepara la pasta a mano con 1 kg di farina e 700 g di tuorlo d'uovo. Dopo aver sapientemente arrostito tre diverse carni (reale di vitello, capocollo di maiale e coniglio) con vino bianco, sedano, carote, pomodori, cipolle e aglio assieme a salvia e rosmarino, il tutto viene macinato a freddo, aggiungendo 300 g di bietole sbianchite. L'impasto, a cui viene aggiunto Parmigiano Reggiano grattugiato, 5 o 6 uova, sale, pepe e, se necessario, la panna per dare grassezza, viene posto in una sac-à-poche, in modo da farcire la pasta chiudendola con il classico "pizzicotto" che dà il nome a questa pasta. La ricetta prevede poi una generosa porzione di burro.



EMOZIONE E IDENTITÀ, LE BASI DELLA CUCINA DI ALESSANDRO BILLI

Trasmettere emozione grazie ad un'identità ben precisa. È questo l'obiettivo dell'Osteria Billis a Tortona, in provincia di Alessandria, guidata da **Alessandro** e **Filippo Billi**, fratelli gemelli, il primo alla guida delle cucine mentre il secondo responsabile della sala. Appena ventenni hanno avviato la loro prima attività di ristorazione, il Boscia Billi Bistrot a Padova. Dopo 5 anni hanno sentito il bisogno di fare nuove esperienze e ognuno ha preso la sua strada. Alessandro è andato in Asia, prima in Vietnam e poi a Tokyo nella brigata di Luca Fantin al Bvlgari; Filippo ha appreso tutti i segreti del mestiere lavorando da Berton a Milano. Dopo un anno e mezzo tornano a lavorare insieme con il progetto di aprire un ristorante tutto loro a Tortona, il luogo in cui erano nati ma dove in realtà non avevano mai vissuto a causa della separazione dei genitori. L'Osteria Billis diventa così un modo per ripercorrere le loro radici e iniziare un nuovo viaggio insieme.

Il ristorante si trova davanti alla stazione, e questa è stata una scelta voluta: la stazione rappresenta il viaggio, qualcosa che ha sempre fatto parte della vita dei fratelli Billi. La loro cucina è un invito all'internazionalità, a viaggiare per il mondo attraverso le materie prime offerte dal territorio. L'apertura verso il mondo è un punto fondamentale della loro filosofia di accoglienza: un territorio può crescere solamente attraverso una visione globale che non perde mai di vista il sostegno dell'economia locale. In questo senso ciò che cercano di proporre è una cucina che viaggia, seguendo i loro percorsi e le loro esperienze, coniugando tecniche e sapori di culture diverse con la valorizzazione dei prodotti che offre il territorio.

«Ho iniziato a fare il cuoco - racconta Alessandro - per cercare un po' una via di fuga dal contesto in cui vivevo, ma ho avuto la grande fortuna di essermi appassionato immediatamente a questo mondo. Da giovane sono rimasto affascinato dalle cucine veneziane, in cui ho trovato una sorta di rifugio e dove è nata la mia grande passione. E proprio iniziando a lavorare così presto ho potuto coltivare la mia creatività. Come dico sempre ai ragazzi della mia brigata, per essere un grande cuoco e un grande cre-

ativo bisogna vivere a pieno facendo affidamento sulle proprie risorse, non su quelle di qualcun altro».

«Il concetto alla base della nostra filosofia di ristorazione fa un po' il verso al "fine dining" e diventa "fun dining": l'alta ristorazione diventa divertimento, leggerezza, ma anche qualcosa di diretto, concreto, colorato, luminoso. Il segreto è trattare la materia prima rispettandola il più possibile, lasciandole il giusto spazio, senza opprimerla e coprirla con tanti altri sapori. Il "fun dining" nella cucina dell'Osteria Billis è libertà, spensieratezza».

Uno dei piatti più iconici dell'Osteria Billis è il "Montebore fondente, pomodori e nocciole". «Con questa ricetta - spiega Alessandro - vogliamo far respirare internazionalità, territorio e grande tecnica. All'apparenza è un piatto che richiama qualcosa di semplice come il pane con confettura e formaggi, il classico tagliere in stile italiano, ma analizzandolo più attentamente scopriamo una creazione che richiede tempistiche e passaggi rigorosi, materie prime eccelse e stabilità. E questo è ciò che abbiamo ritrovato nella scelta di ingredienti come la panna Prima Blanca e il Burro Tradizionale Debic». cod 80412

Per informazioni: **www.debic.com**
www.osteriabillis.it





Montebore fondente, pomodori e nocciole

Ingredienti

Per il fondente di Montebore: 250 g **panna Prima Blanca Debic**, 40 g zucchero, 5 g gelatina in polvere, 40 g tuorlo d'uovo, 125 g Montebore a cubetti con pelle. A terminare: 300 g fondente di Montebore, 200 g formaggio cremoso
Per la copertura di nocciole: 500 g pasta di nocciole, 250 g cioccolato bianco, 100 g burro di cacao
Per la copertura croccante al cioccolato bianco: 500 g cioccolato bianco, 500 g burro di cacao
Per la confettura di pomodoro: 50 g di concentrato di pomodoro, 10 g zucchero, 10 g acqua, 5 g acido citrico
Per la sbrisolona di nocciole: 300 g farina integrale, 150 g farina di mais, 300 g nocciole grossolane, 250 g **Burro Tradizionale Debic**, 250 g zucchero, 50 g tuorli, 5 g sale Maldon

Preparazione

Per il Montebore fondente: amalgamare i tuorli con lo zucchero. In un pentolino portare a bollore la **panna Prima Blanca Debic**. Una volta preso il bollore versarla nel composto di uova e zucchero che andremo a rimettere sul fuoco portando il tutto a 80°C. Una volta arrivati a temperatura versare su il Montebore che avremmo precedentemente tagliato lasciandoli la crosta, frullare il tutto unendo la gelatina in polvere, filtrare e far riposare una notte in frigorifero. Il giorno dopo andremo ad amalgamare al fondente di Montebore la crema di formaggio. Mettere negli stampini e abbattere a -20°C.
Per la copertura di nocciole e cioccolato bianco: mettere per entrambe le coperture gli ingredienti a far fondere in un bagno Maria fino alla temperatura di 60°C.
Per il Montebore finito: sfoderiamo dagli stampini i Montebori che andremo a immergere prima nel composto di nocciole, poi tagliare in quattro la forma ancora gelata e immergere ogni singolo quartino nel bagno di cioccolato bianco e burro di cacao. Portare a temperatura in frigorifero.
Per la confettura di pomodoro: mettere tutti gli ingredienti in un pentolino, portare a bollore e far raffreddare.
Per la sbrisolona di nocciole: mettere tutti gli ingredienti in una planetaria con foglia, amalgamare uniformemente e stampare in dei stampini per frolla del diametro di 10 cm. Infornare a 160°C per 30 minuti.
Impiattamento: in un tagliere mettere il Montebore fondente, la quenelle di pomodoro e la sbrisolona di nocciole.



SOTTO LA TOQUE: SOGNATORE, CAOTICO, PERFEZIONISTA

DAVIDE DI FABIO



di ***Carla Latini***

É abituato a respirare l'aria rarefatta delle più alte vette della cucina mondiale, Davide Di Fabio, ex sous chef dell'Osteria Francescana di Massimo Bottura, eletto nel 2018 migliore ristorante al mondo. Papà abruzzese e mamma milanese, Davide racconta come, fin da bambino, si sia sempre sentito attratto dalla cucina, spesso s'intratteneva giocando con pentole e padelle e ricorda, con tenerezza, uno spaghetto al pomodoro che casualmente sbagliò all'età di 6 anni. Una passione che non l'ha più abbandonato e l'ha portato a 19 anni, dopo aver frequentato l'Istituto Alberghiero di San Benedetto del Tronto (Ap) e tanti corsi ed eventi legati a questo mondo, a prendere contatti con i templi stellati.

Aveva una particolare predilezione per la figura di Massimo Bottura che seguiva come fan e stimava moltissimo. Fra i tanti curricula inviati uno finì proprio fra le mani di Bottura che lo chiamò subito. Emozionato Davide all'inizio rispose di no. Fu poi il padre a condurlo alla corte del grande Massimo che, fresco della prima stella Michelin, decise di inserirlo nella brigata. Come sous chef ha vissuto l'esperienza di scoprire prima il valore della tradizione per poi apprezzare quello dell'innovazione, la tecnica e l'amore per la materia prima e il continuo studio per rinnovarsi sempre.

A febbraio del 2021 ha abbracciato la filosofia del giapponese Masanobu Fukuoka, il quale ammirando la perfezione della natura e la spontanea crescita delle foreste senza l'ausilio dell'uomo, arriva alla conclusione che non c'è bisogno di spremere la terra per averne frutti.

Davide è oggi lo chef di "Dalla Gioconda" a Gabicce Monte (Pu), spinto dalla forte attenzione al luogo e alla sua storia. cod 80159



● ***Da bambino cosa sognavi di diventare?***
Tante cose, ma il destino era segnato visto che giocavo sempre con le pentole

● ***Il primo sapore che ti ricordi.***
Latte, pane tostato e caffè

● ***Qual è il senso più importante?***
L'udito, bisogna sapere ascoltare bene se stessi e gli altri per fare questo mestiere

● ***Il piatto più difficile che tu abbia mai realizzato.***
Tutti quelli che ho in mente e non riesco ancora a realizzare

● ***Come hai speso il primo stipendio?***
Elaborando il mio scooter

● ***I tre piatti da provare almeno una volta nella vita.***
La pizza, il risotto, gli arrosticini

● ***Cosa non manca mai nel frigo di casa tua?***
La marmellata di amarene brusche

● ***Qual è il tuo cibo consolatorio?***
Bruschetta al pomodoro

● ***Che rapporto hai con le tecnologie?***
Bene ma non benissimo...

● ***All'Inferno ti obbligano a mangiare sempre un piatto: quale?***
I ricci di mare perché li adoro ma sono allergico

● ***Chi inviteresti alla cena dei tuoi sogni?***
La mia famiglia

● ***Quale quadro o artista rappresenta meglio la tua cucina?***
"Marilyn Monroe" di Andy Warhol

● ***Se la tua cucina fosse una canzone quale sarebbe?***
"Funky Bump" di Pino Presti


ORO DI MACINA
ACADEMY




MOLINO
VIGEVANO
1936

PRIMO POSTO A LIONE
L'ITALIA VINCE IL CAMPIONATO DI PASTICCERIA



Non solo gli Europei di calcio e quelli della pallavolo maschile e femminile e le tante medaglie alle Olimpiadi e Paralimpiadi, questo è proprio un anno d'oro (e dolce) per l'Italia. Abbiamo infatti portato a casa un'altra incredibile vittoria: campioni del mondo di pasticceria (per la terza volta), ossia della Coupe du Monde de la Pâtisserie 2021 a Lione, il palcoscenico mondiale che ha visto sfidarsi 11 nazioni arrivate alla finale. La squadra italiana - formata da Andrea Restuccia, Massimo Pica e Lorenzo Puca, coordinata dal presidente del Club Italia Alessandro Dalmasso - ha trionfato aggiudicandosi il titolo mondiale, divenendo campione in carica per il 2021/2022. Secondo classificato il Giappone, terza la Francia. Premio sostenibilità alla Svizzera, premio spirito di squadra al Cile. Era la 12ª volta che l'Italia partecipava alla competizione e le vittorie prima di quella di oggi erano state due.

Il team italiano si è allenato ogni giorno a ritmi serrati - quotidianamente dalle 7 alle 22 - alla Cast Alimenti di Brescia, coordinato da Alessandro Dalmasso, dagli allenatori ufficiali Campioni del Mondo 2015 (Francesco Boccia, Emmanuele Forcone e Fabrizio Donatone) e da tutti i componenti del Club.

«Affrontiamo questo appuntamento con un grande spirito di squadra, a tutti i livelli - raccontava nelle settimane precedenti all'evento **Alessandro Dalmasso** - questi ragazzi hanno dedicato un anno e mezzo della loro vita alla preparazione della finale, e oggi più che

mai tutto il nostro comparto si ritrova unito a fare il tifo per loro. Senza divisioni, trasversalmente: è qualcosa di molto importante che ci rende orgogliosi».

L'Italia questa gara la sente da sempre come un suo territorio di confronto e ci ha sempre puntato molto. Stavolta il team per due terzi era composto da quello che nel 2019 aveva conquistato il bronzo. Lorenzo Puca, 32 anni, è il capitano esperto di zucchero. Poi c'è il ventottenne Andrea Restuccia, che quest'anno ha dovuto misurarsi come pasticcere dopo che è stata eliminata dal nuovo regolamento la prova di scultura del ghiaccio. New entry Massimo Pica, 36 anni, campano, esperto di cioccolato. Hanno avuto 10 ore per realizzare il dessert al cioccolato da condividere, la torta gelato, il dessert da ristorante, la scultura di zucchero alta 165 cm e, con la stessa altezza, una pièce al cioccolato.

La Coupe du Monde 2021 era un'edizione particolarmente sentita: rinnovata dietro la guida di Pierre Hermé, è stata un momento più che mai speciale, sia per la trasmissione dei valori che per la mobilitazione intergenerazionale nell'alta pasticceria. La grande manifestazione, infatti, è sì una gara, ma anche e soprattutto specchio fedele e principale indicatore dei più importanti trend del settore, tracciando il cammino e indicando correnti stilistiche e futuri sviluppi della dolce arte in tutto il mondo.

I supporter del team Italia

La squadra italiana si è avvalsa del prezioso e fondamentale contributo dei soci fondatori del Club Italia, nonché sponsor: Valrhona, Pasticceria Internazionale (Chiriotti Editori), Cast Alimenti, Agrimontana, Conpait (Confederazione pasticceri italiani). Senza dimenticare gli sponsor ufficiali, grandi realtà di settore che con il Club Italia credono nell'eccellenza dell'alta pasticceria tricolore: AMPI, Capfruit, Carpigiani, Corman, Debic, DRG Comunicazione, Eridania, Gedi Online, Gelecta, Gruppo Eurovo, Hausbrandt, Ilsa, Irinox, Molino Dallagiovanna, Olitalia, Sigep, Silikomart, Zanolli. Un ringraziamento è andato anche agli sponsor tecnici che hanno messo a disposizione strumenti, ingredienti e materiale per il miglior svolgimento degli allenamenti e della gara: Artebianca, Bragard, Bravo Spa, Lesepidado, Castellani, Flow easy thermoforming, Sirman, Solchim.

La soddisfazione di Conpait

«Precisione, concentrazione e fantasia hanno permesso ai pastry chef tricolore di aggiudicarsi il prestigioso premio a Lione con opere d'arte dedicate alla natura», ha dichiarato il presidente nazionale di Conpait **Angelo Musolino**. «Siamo orgogliosi di Lorenzo Puca, Massimo Pica e Andrea Restuccia che hanno vinto il campionato del mondo di pasticceria. Abbiamo portato anche fortuna e siamo convinti che il lavoro degli ultimi tempi stia facendo crescere a dismisura tutto il comparto. La vittoria in Francia ci riempie di felicità, evviva la pasticceria italiana, evviva i giovani pasticceri del nostro territorio».

I 14 Paesi in gara

Il 2020 è stato profondamente segnato dalla crisi del Covid-19, con ripercussioni anche sulle operazioni di selezione: fatta eccezione per quelle europee - italiana inclusa - tenutesi a gennaio, le altre nazioni in gara erano state selezionate sui punteggi, basati sul podio 2018. Scenario mutato, quindi, ma identica passione, ambizione ed energia di tutte le squadre in gara: Francia, Gran Bretagna, Egitto, Corea del Sud, Russia, Cina, Giappone, Cile, Algeria, Messico, Brasile, Svizzera, Italia, Marocco.

Bocuse d'Or 2021: vittoria francese, delusione per l'Italia

Il Bocuse d'Or 2021, il mondiale dei cuochi, se lo è aggiudicato invece la Francia, seguita dalla Danimarca; sul terzo gradino del podio la Norvegia. Solo decima l'Italia. La finale della competizione che si tiene ogni due anni dal 1987 è andata in scena, come di consueto, al Sirha di Lione (il 26 e il 27 settembre scorsi). Oltre all'Italia hanno preso parte alla finale anche Norvegia (campione d'Europa 2020), Costa Rica, Svezia, Svizzera, Singapore, Indonesia, Colombia, Tunisia, Russia, Ecuador, Danimarca, Estonia, Uruguay, Francia, Islanda, Giappone, Finlandia, Cile, Thailandia e Ungheria. La nazionale italiana era capitanata da Alessandro Bergamo (già sous chef del Ristorante Cracco di Milano) e composta da Francesco Tanese (commis) e dai membri Fic (Federazione Italiana Cuochi) Lorenzo Alessio (coach), Filippo Crisci (vice coach) e gli helpers Noel Moglia, Graziano Patanè e Andrea Monastero. cod 80228



Presenze immancabili sulle tavole natalizie, i due dolci tipici del nord Italia vengono sempre più spesso interpretati in chiave creativa: si arricchiscono di ingredienti locali, abbattendo il dogma della stagionalità

PANETTONE E PANDORO
SEMPRE PIÙ CREATIVI E DESTAGIONALIZZATI



di ***Gabriele Ancona***

Dal dilemma di sempre, "panettone o pandoro?", spesso risolto con l'acquisto di entrambi, l'orgoglio dei territori: Milano e Verona. Questo il passato. I dolci lievitati, che per tradizione hanno sempre allietato la tavole natalizie, oggi si stanno smarcando, pur mantenendo la loro identità di base, aspetto fondamentale per la formazione di nuove generazioni di cuochi e di personale di sala più consapevoli rispetto alla ricchezza del nostro patrimonio gastronomico.

Un distaccarsi dalla strada maestra, che peraltro resta e deve restare tale, ma che dà il via libera alla creatività ampliando anche gli orizzonti geografici. Ecco allora che i dolci tipici del nord Italia e del periodo invernale vengono interpretati in ogni regione, arricchiti da

ingredienti locali e soprattutto guadagnando un mercato che abbatte il dogma della stagionalità. I maestri della pasticceria artigianale si sono letteralmente rimboccati le maniche.

Rinascimento creativo

Ed ecco i grandi lievitati salati o in declinazione estiva. Pandoro e panettone, chi più chi meno, da mangiare a volontà e con voluttà tutti i giorni dell'anno, impreziositi, questo sì, da ingredienti di stagione e dei singoli territori. Il fatto che "la ricorrenza" possa rinnovarsi in quotidianità è un aspetto che si sta diffondendo in tutta Italia e dai laboratori sta facendo proseliti tra i consumatori. Un dinamismo che vede gli artigiani sempre più determinati nel dar vita a ricette in grado di soddisfare le esigenze di quello che a tutti gli effetti si sta delineando come un nuovo mercato, supportati dalle aziende molitorie che mettono a punto farine dedicate, a misura di panettoni e pandori.

Una riprova sono le categorie - Classico, Innovativo, Decorato, Gluten Free - che ad ottobre vedono a Roma confrontarsi pasticceri da ogni continente per il Campionato Mondiale Panettone organizzato dalla Fipgc-Federazione internazionale pasticceria gelateria e cioccolateria. Nel contesto di questo rinascimento creativo brilla comunque già La Coupe du Monde de la Pâtisserie 2021, recentemente conquistata della squadra azzurra a Lione a fine settembre, in occasione del Bocuse d'or.

Parlare di panettone durante l'anno

Presidente di AMPI-Accademia Maestri Pasticceri Italiani, **Sal De Riso** è uno dei più autorevoli lievitisti e il suo laboratorio di Minori (Sa) è una fucina di creatività. «Non sono troppo d'accordo sulla destagionalizzazione - racconta - in quanto la magia e gli aromi del Natale devono rimanere. Però mi piace molto l'idea di parlare di panettone durante l'anno, più volte. L'evento organizzato a Minori il 24 agosto, "La Notte del Panettone in riva al mare", è stato un successo. È importante far conoscere e assaggiare il panettone in tutta Italia con numerose varianti, come fichi secchi, frutti di bosco, pere, cubetti di albicocche canditi, farcitura al Limoncello. Il pandoro è in grande crescita. Nei prossimi tre anni ci sarà il boom. Gli artigiani ne parlano».

La stella del pandoro, un forte richiamo

Diretto, come da copione, **Iginio Massari**. «Il primo panettone per un consumo tutto l'anno - sottolinea - lo abbiano realizzato nel 1975. E il nostro Bussolà, pasta lievitata natalizia della tradizione bresciana, è in produzione da vent'anni. Per quanto riguarda il pandoro il discorso è più complicato, perché è un dolce più vincolato dalla forma. La stella natalizia che lo sovrasta è un richiamo forte. Tornando al panettone, oltre a quello tradizionale, su cui ci si concentra da metà ottobre, abbiamo diversificato l'offerta con quello al cioccolato o, per destagionalizzare, con albicocche e pesche. I consumi ci sono, ma per dare un'immagine forte bisogna proporne una versione estiva. Ho provato con la frutta di bosco. La curiosità lo ha premiato, ma la tradizione resta ben radicata nel cuore e nella mente dei consumatori».


Iginio Massari


Sal De Riso

Cambiare il nome e interpretare l'impasto

Non fa una piega il ragionamento di un altro grande della pasticceria: **Paolo** →


Paolo Sacchetti


Vincenzo Santoro

Sacchetti, Pasticceria Nuovo Mondo Caffè, Prato. «Bisogna fare chiarezza - annota - Se il panettone o il pandoro sono buoni, lo sono a Natale e lo sono sempre. Facendo un esempio gastronomico toscano, il lampredotto a regola d'arte è ottimo a febbraio come a ottobre. Il panettone e il pandoro rappresentano un concetto che li lega al periodo natalizio. E così dovrebbe essere. La loro composizione, la pasta, si presta però ad accogliere altri ingredienti. È sufficiente cambiare il nome ed ecco un grande lievitato per tutti i mesi, estate compresa. Sta a noi interpretare l'impasto declinandolo con farciture stagionali. Per le prossime festività abbiamo deciso di unire due dolci importanti. Proponiamo il Panettone-Strudel, lo strudel nel panettone».

Anticipare il periodo di vendita

Per parlare di creatività in relazione ai dolci lievitati il riferimento del momento è **Domenico Napoleone**, Pasticceria F.lli Napoleone, Rieti. A metà settembre si è infatti imposto come Miglior Panettone Creativo Dolce nel concorso Panettone Day 2021.

«Per realizzare Anis, con anice stellato, cioccolato fondente e caramello - racconta - ho iniziato a lavorare in maggio e, di fatto, ho messo in atto un'opera di destagionalizzazione. Nella quotidianità mi piacerebbe produrre panettoni e pandori tutto l'anno; in molti lo fanno. I consumatori, però, in genere non sono ancora pronti a soddisfare questa offerta, soprattutto in località piccole come la nostra. Il gioco non vale la candela. Si può però anticipare il periodo di vendita a ottobre e novembre. La fantasia comunque non si imbriglia. Abbiamo messo a punto un lievitato dedicato al territorio. Un dolce speziato a base di cannella, canditi, cedro e arancia».



Lievitati a misura di cliente

Con quattro punti vendita a Milano, la Pasticceria Martesana è una Bottega Storica che è una vera stella polare per l'arte della pasticceria. Per **Vincenzo Santoro**, la sua anima, «il panettone in questa città è un simbolo, ma al di là del Natale vive una vita propria. Mentre il pandoro si esalta a dicembre, il panettone lo sforno tutto l'anno, anche a Ferragosto. Lavoriamo sempre alla destagionalizzazione dei lievitati. Proponiamo una gamma di 7-8 panettoni che ne contempla uno realizzato apposta ogni anno. In questi giorni stiamo lanciando quello con gianduia, nocciole Igp del Piemonte e mandarino di Sicilia. In ogni caso, per soddisfare le esigenze della clientela, un nostro vanto è il panettone "sartoriale", così come per i

lievitati e i dolci in genere: su misura e a misura di cliente».

La dinamicità del sud Italia

Una visione autorevole e super partes è quella di **Stanislao Porzio**, esperto di lievitati che dal 2008 organizza Re Panettone, competizione che vede confrontarsi i pasticceri nelle sezioni "tradizionale" e "innovativo". «La destagionalizzazione - spiega - è sempre più in atto, anche se non ancora generalizzata. Oggi vediamo il panettone artigianale al centro di una creatività a volte anche esasperata. Ci si sta orientando verso una produzione e un consumo che si dilatano lungo i dodici mesi. Da segnalare la dinamicità del sud Italia: Campania, Sicilia, Puglia e Basilicata si stanno esprimendo bene. Anche il pandoro viene interpretato dal mondo artigianale, ma i pasticceri lo propongono con meno variazioni. Viene affiancato al panettone nella veste tradizionale».

Il panettone è senza dubbio fra gli alimenti più conosciuti e consumati al mondo e rappresenta non soltanto l'Italia, ma la sua cultura e racchiude l'impegno dei tanti artigiani che lavorano con passione la materia prima per la produzione dei lievitati durante tutto l'anno. Tematica approfondita il 30 settembre presso la Reggia di Caserta (non a caso in meridione) nell'ambito della convention "Sconfinando: la tutela e le contaminazioni territoriali del panettone artigianale in Italia e nel mondo" organizzata dall'Accademia dei maestri del Lievito Madre e del Panettone italiano. Tra i partecipanti anche **Nicola Fiasconaro**, titolare dell'omonima azienda dolciaria di Castelbuono (Pa).

«È in corso una potente evoluzione. Di anno in anno emergono nuove tendenze nell'interpretare il panettone - puntualizza - un prodotto che è ancestralmente legato al Natale, al rito di stare a tavola, in famiglia. Trentacinque anni fa qui lo producevamo già tutto l'anno. Beninteso, rimane un simbolo natalizio, ma con tutte le sue varianti: gourmet, gastronomico, salato. Un mito che si rinnova di continuo generando una crescita esponenziale. Un'eruzione da tenere sotto controllo. Per quanto riguarda altri grandi lievitati della tradizione abbiamo realizzato impasti che si ispirano al pandoro e al nadalin, il suo antenato. Al momento siamo in produzione con la novità panettone Fiasconaro-Dolce&Gabbana alle nocciole di Sicilia».


Nicola Fiasconaro

Fedeli alla tradizione

Dalla Sicilia al Veneto. A Verona, patria del pandoro, la Pasticceria Tomasi, fondata da **Gianni Tomasi** nel 1968, è una roccaforte. «Produciamo il pandoro solo nel periodo natalizio - racconta Tomasi - Ci teniamo a restare fedeli alla tradizione e vogliamo mantenere questa immagine. Non ammettiamo deviazioni. Se inoltre dilatassimo il periodo di produzione i consumatori si stuferebbero e non apprezzerebbero a pieno il classico pandoro». Punto.

Pandoro o panettone, tradizione o innovazione, gli artigiani devono poter contare su materie prime affidabili e dall'elevato valore aggiunto per soddisfare le esigenze dei consumatori.

Pasticceria salata e gluten free

«La nostra azienda è saldamente radicata nel territorio bolognese da 50 anni - commenta **Carla Gherardi**, presidente di Ar.pa Lieviti di Ozzano dell'Emilia - Nel periodo natalizio siamo certamente più orientati a una preparazione tradizionale come il Panone bolognese: un dolce decisamente diverso da panettone e pandoro dove la lunga lievitazione ha un ruolo particolarmente importante. Nel caso del Panone bolognese frutta secca, cioccolato, fichi e scorze di agrumi, miele, uova e liquori, insieme a poca farina e al lievito rapido, che realizziamo in dosi speciali per questo dolce, danno vita a un dolce profumatissimo e molto sostanzioso, che può essere preparato con largo anticipo rispetto alle feste vista la sua resistenza. Come Ar.pa Lieviti suggeriamo invece un panettone salato che, grazie ai nostri ingredienti, si può realizzare anche in versione completamente gluten-free mettendo d'accordo tutti, almeno a tavola. I nostri lieviti sono tutti privi di glutine e, in questo caso, è in- ➡


Gianni Tomasi

dicato il Lievito Secco Attivo. Ad alto contenuto di servizio anche il nostro Mix Senza Glutine, commercializzato in comodi barattoli da 1 kg che, mescolato a olio di semi, burro, sale, acqua e a un tuorlo d'uovo, dà vita a un panettone da farcire senza limiti creativi».

Lievitati Premium e Oro sono farine prodotte da Molini Valente di Felizzano (Al) studiate per garantire elevate prestazioni per ogni tipo di panettone, dal più soffice al più strutturato, e pandoro.

Garantire risultati costanti

«Lievitati Premium dona perfetta tenuta ed elasticità all'impasto - racconta **Andrea Valente**, presidente del molino piemontese - È in lavorazioni lunghe e impegnative come quelle di pandoro e panettone che esprime al meglio le sue potenzialità: alte performance di lievitazione e spiccata capacità di legare gli ingredienti. Insomma, la definiamo un alleato prezioso per ogni artigiano che desidera avere un prodotto sempre impeccabile e costante, con ottime prestazioni in termini di "shelf life". Oro Molini Valente è una farina in perfetto equilibrio tra forza e lavorabilità, ideale per il panettone basso o dalla struttura particolarmente soffice e sofisticata. Abbiamo studiato questa farina in modo specifico per sfoglie lievitate, ma si rivela preziosa anche per dolci da colazione tradizionali e innovativi, dall'impasto ben sviluppato: brioche e cornetti all'italiana, trecce, girelle, veneziane. Anche qui, l'obiettivo è garantire al professionista un prodotto sempre coerente con il risultato desiderato, a tutto vantaggio delle aspettative della clientela. Sia Lievitati Premium che Oro, ideali anche per rinfrescare il lievito madre, sono state studiate e messe a punto dal nostro staff di Ricerca e Sviluppo, interno al Molino, che seleziona i grani in arrivo assegnandoli alle diverse destinazioni d'uso in base alle caratteristiche, spesso mutevoli, della materia prima. Il nostro obiettivo è quello di garantire a maestri pasticceri e dell'arte bianca un risultato costante, fattore che sappiamo essere particolarmente importante durante le festività natalizie, dove la produzione aumenta e non sono ammessi errori, con farine di primissima scelta e al passo con i tempi».

Lievitati Premium e Oro fanno parte della Linea Pasticceria di Molini Valente, una nuova gamma che accoglie diverse referenze per dolci. La linea comprende anche la farina Pasta Frolla, di particolare delicatezza, studiata per generare una frolla morbida e friabile, dalle crostate ai biscotti, dalle torte alle frolle salate, pasta brisée inclusa, e la farina Sfoglia rossa, per sfoglia classica e prodotti a breve lievitazione. È calibrata per realizzare impasti leggeri ed elastici che sviluppano strati sottili e croccanti.



Lunghi tempi di lievitazione

«La nostra azienda, Divisione AB Italmill - sottolinea il direttore commerciale di AB Mauri Italy Spa **Ennio Parentini** - rappresenta con le farine per grandi Lievitati da ricorrenza, dal 1911, un punto di riferimento per l'operatore del canale artigianale e della pasticceria nella ristorazione. Con la farina Antica Tradizione Lievitati, massima espressione della filosofia aziendale, viene prodotta la maggior parte dei grandi lievitati del Natale e della Pasqua dei nostri clienti. Il panettone, di fatto, viene vissuto come l'espressione iconica dell'azienda, con il suo legame naturale alla tradizione meneghina quando il primo molino risiedeva proprio a Milano in via Adige. Utilizzata insieme al lievito naturale madre, derivato dalla stessa, Antica Tradizione Lievitati costituisce la massima garanzia di risultato in pasticceria e per tutti gli operatori del canale artigianale, grazie a lunghi tempi di lievitazione che consentono di ottenere un prodotto di alta qualità percepibile nell'intensità del gusto e nella morbidezza dell'impasto. Per soddisfare le esigenze di tutti i processi produttivi Italmill propone nel suo portafoglio prodotti per panettone e pandoro anche il Mix Besozzi Oro Lievitati, una miscela selezionata delle migliori materie prime che comprende tra gli ingredienti il giusto quantitativo di lievito naturale madre, per agevolare i processi di preparazione degli impasti e avere una shelf life più lunga del prodotto». cod 80275



LE MILLE STORIE RACCONTATE DA PANETTONE WORLD CHAMPIONSHIP

Il panettone tradizionale e artigianale è protagonista di Panettone World Championship. In realtà la manifestazione, ideata dall'Accademia dei Maestri del Lievito Madre e del Panettone Italiano, giunta quest'anno alla seconda edizione, racchiude mille volti e racconta altrettante storie: quelle degli artigiani che lavorano con passione, ingegno, sforzo e dedizione alla realizzazione del panettone artigianale e tradizionale mettendo al primo posto la qualità della materia prima e la preparazione del dolce made in Italy più conosciuto al mondo. È questo il segreto dell'evento che ha l'obiettivo di tutelare, diffondere, accrescere la consapevolezza e la conoscenza verso i lievitati prodotti dagli artigiani italiani. Ed è proprio questa la mission perseguita dall'Accademia dei Maestri del Lievito Madre e del Panettone Italiano abbracciata da Agugiaro&Figna Molini.

«La pasticceria è un universo fatto di precisione, ingegno e creatività. L'estro dei pasticceri italiani affascina il pubblico di ogni Paese. La fantasia dei nostri maestri sa sempre più stupire attraverso creazioni, dolci, dessert e grandi lievitati la cui unicità è racchiusa nel genio degli artigiani, ma allo stesso tempo, dalla conoscenza e dall'eccellenza delle materie prime utilizzate». È quanto afferma con enfasi **Riccardo Agugiaro**, ceo di Agugiaro&Figna Molini, l'azienda che ha creduto fin dagli esordi alla manifestazione ideata nel 2019.

Questo perché Agugiaro&Figna Molini conosce e affianca, da sempre, i pasticceri e i membri dell'Accademia dei Maestri del Lievito Madre e del Panettone Italiano. L'ha fatto fin dall'inizio con "Lievitati 60 giorni", la farina della linea Le Sin-



fonie che testimonia l'approccio metodologico del Molino, attraverso il quale è possibile utilizzare la cura e le buone pratiche da sempre rispettate da Agugiaro&Figna. Il tempo è l'elemento fondamentale per permettere la crescita e la maturazione del lievito madre; ma è lo stesso ingrediente usato dall'azienda per lasciare che la farina per lievitati maturi le proprie caratteristiche tecnologiche nell'apposito sacco.

Si ottiene così una farina che sostiene bene gli altri ingredienti, anche quando inseriti in maniera generosa; consente un migliore assorbimento della parte liquida e una maggiore tenuta della forma acquisita in fase di lavorazione e cottura anche dopo il confezionamento, evitando il fenomeno del ritiro del dolce rispetto al pirottino. Inoltre, aumenta la durata naturale, rallentando l'inevitabile processo di raffermamento. Il prodotto appare perfettamente equilibrato in ogni sua parte così da garantire una performance eccellente sia durante la lavorazione dell'impasto che nel risultato finale.

Le Sinfonie è la gamma di farine Agugiaro&Figna per la pasticceria, studiate e realizzate affinché ciascun artigiano possa esprimersi al meglio nel rispetto dei canoni tradizionali o alla ricerca di nuovi canoni interpretativi, come può permettersi soltanto chi si basa su strumenti dalle prestazioni sicure ed efficaci.

A questa gamma, quest'anno, è stata affiancata MIA, acronimo di Macinazione Integrata Autentica. La farina è stata presentata nel 2021 ed è concepita attraverso l'utilizzo di un innovativo processo che associa due tipi di molitura: la più tradizionale a pietra con la moderna a cilindri. Il processo molitorio ha inizio con la selezione delle migliori qualità di grano, in seguito esso viene analizzato in laboratorio per garantire l'integrità, prima di essere processato. Attraverso una decorticazione sapientemente calibrata, il chicco viene pulito delle impurità esterne: la leggera abrasione che avviene attraverso il processo di decorticazione garantisce elevati livelli igienico-sanitari. Una volta spogliato dalle impurità esterne, il chicco viene macinato con un tradizionale molino a pietra. In questo modo si mantengono i profumi e i sapori autentici del grano. Il processo d'integrazione è completato con la macinazione a cilindri: viene calibrata la granulometria della farina, così da garantire grandi prestazioni e costanza nel tempo.



Le Farine MIA sono studiate e perfezionate nel laboratorio di "Ricerca e Innovazione Prodotto" del Gruppo Agugiaro&Figna, dove si testano le rese organolettiche con una attenta preparazione dei prodotti. Tra quelli ottenuti con Macinazione Integrata ci sono MIA X, MIA M e MIA S (da farine di grano tenero tipo 1), MIA GRA (da Grani Antichi 100% italiani) e MIA SEI (semola rimacinata da grano duro integrale). Il gusto caratterizzante, ma non invadente, della linea MIA rende piacevole il risultato in tutti i grandi lievitati; la qualità proteica garantisce la perfetta tenuta e lavorabilità, permettendo l'ottimo assorbimento d'acqua. cod 80331

AGURIARO&FIGNA IN VIAGGIO CON PANETTONE WORLD CHAMPIONSHIP



Panettone World Championship è la competizione internazionale ideata e organizzata dall'Accademia dei Maestri del Lievito Madre e del Panettone Italiano che ha avviato selezioni in Italia e all'estero nelle migliori scuole di cucina e pasticceria. Saranno 34 i panettoni che concorreranno alla semifinale che si svolgerà venerdì 22 ottobre ad Alma, Scuola Internazionale di Cucina Italiana situata nel cuore della Food Valley. Di questi soltanto 20 andranno alla finale che si svolgerà domenica 24 ottobre ad HostMilano 2021. Tre le giurie: la giuria tecnica, la giuria di qualità e la giuria popolare. Ciascuna di esse selezionerà un solo vincitore.

Il panettone di Pierluigi Sapiente

PRIMO IMPASTO

Ingredienti: 2.067 g Farina Panettone Molino Grassi, 672 g lievito madre, 723 g zucchero semolato fine | 982 g acqua, 258 g tuorlo d'uovo | 517 g tuorlo d'uovo, 775 g burro 82% materia grassa

Preparazione: pesare tutti gli ingredienti divisi come da ricetta. Impastare assieme farina, lievito madre, zucchero e la prima parte di tuorlo con l'acqua, lavorare bene fino ad ottenere un impasto quasi liscio; attenzione a non ottenere un impasto troppo lucido. Aggiungere la seconda parte di tuorlo e per ultimo il burro a 25°C. Non impiegare più di 20-25 minuti circa. T° finale: 26°C. Lievitazione: 26°C per 12-15 ore con RH 75%; l'impasto dovrà triplicare.

SECONDO IMPASTO

Ingredienti: 775 g Farina Panettone Molino Grassi | 57 g miele di acacia, 336 g zucchero semolato fine, 21 g arance scorza | 10 g mandarino scorza, 5 g limone scorza, 568 g tuorlo d'uovo | 129 g arancia candita in pasta | 57 g sale | 517 g burro 82% materia grassa, 103 g acqua, 1.650 g arancia candita, 1.350 g uvetta

Procedimento: pesare tutti gli ingredienti divisi come da ricetta. Impastare il primo impasto con la farina e lasciare incordare per almeno 15 minuti in 1ª velocità, incorporare lo zucchero con miele e aromi in due volte, lasciare incordare, unire la pasta d'arancia e il latte in polvere, lasciare incordare e incorporare in due volte il composto tuorlo e panna, il sale e sempre in due volte burro a 25°C. Se serve aggiungere acqua. Mescolare canditi e uvetta reidratata e asciugata, incorporare all'impasto e mescolare per 2-3 minuti. Togliere l'impasto dall'impastatrice e metterlo all'interno del contenitore. T° finale: 25-26°C. Puntata: 45 minuti a 28-30°C. **Pezzatura**: pezzi da 1.050 g. Formatura: dare una leggera piega e lasciare in appretto 30 minuti a 28-30°C. Formatura: pirlare stretto e mettere l'impasto all'interno dei piroettino. **Lievitazione**: 28-30°C per 5-6 con RH 75%. **Raffreddamento**: raffreddare per almeno 15 minuti in frigo a +4°C prima di andare in forno. **Cottura**: 50 minuti a 155°C. Valvola aperta i primi 10 minuti, poi chiusa.



IL SEGRETO DI UN PANETTONE PERFETTO È SCEGLIERE LA GIUSTA FARINA

Pierluigi Sapiente, maestro di dolci, consulente di pasticceria per Molino Grassi e docente de "I Percorsi del Molino", rivela perché la scelta della farina è fondamentale per ottenere panettoni perfetti e come realizzarli. «Tutti i prodotti di pasticceria a lunga lievitazione - spiega - sono difficilissimi da preparare, per questo durante le varie fasi, dall'impasto al riposo alla cottura, è necessario prestare la massima attenzione alle tecniche ma soprattutto agli ingredienti di base che si utilizzano. Fondamentale per ottenere preparazioni perfette è sicuramente la farina. Solitamente si tende a scegliere una farina che abbia un valore del fattore W maggiore di 350, ma questo non basta. Bisogna valutarla anche per come si comporta nella fase di impastamento».

«La Farina Panettone della Linea Dolci di Molino Grassi è ideale. Un prodotto - precisa Sapiente - che garantisce grandi risultati e aiuta i professionisti. Presenta valori di W 400 e p/L 0,55 ed è specificamente pensata per la preparazione dei lievitati della tradizione italiana dato che si tratta di una "farina riposata", ovvero commercializzata dopo un periodo di stoccaggio di due mesi».

Pierluigi terrà un corso approfondito presso la sede aziendale di Molino Grassi, il 25-26 ottobre, dal titolo "Corso di Pasticceria: panettoni e non solo". L'appuntamento rientra nel calendario dei nuovi corsi "I Percorsi del Molino". cod 80132

Molino Grassi
via Emilia Ovest 347 - 43126 Parma
Tel 0521 662511
www.molinograssi.it

MEET MASSARI
CHIUDE IN BELLEZZA CON UNA MASTERCLASS SU PANETTONE E PANDORO



Con il terzo e ultimo appuntamento di quest'anno, si è conclusa la quarta edizione di Meet Massari Business Experience, format di Molino Dallagiovanna, che vede protagonisti il grande Maestro della pasticceria Iginio Massari e le sue straordinarie masterclass. L'evento, che si è svolto lo scorso 27 settembre alla Cast Alimenti di Brescia, aveva come titolo "I Lievitati" e ha previsto la realizzazione del Panettone tradizionale, del Panettone al cioccolato e del Pandoro. E a sorpresa un'altra ricetta del "Maestro dei Maestri": la Torta alle Rose.

Ingrediente principe delle tre creazioni la farina Panettone de "leDolcissime" di Molino Dallagiovanna, linea sviluppata con la preziosa collaborazione del Maestro Achille Zoia in sette referenze per soddisfare le diverse esigenze di impasto della pasticceria contemporanea. La farina Panettone, elastica ma resistente, è facilmente lavorabile, permette di realizzare ricette ricche, con un buon equilibrio proteico e un'ottima conservabilità.



Durante l'incontro il Maestro Massari ha approfondito il tema del lievito madre e della sua gestione, presentando Rinfresco, la farina sviluppata insieme a Molino Dallagiovanna nel 2017 appositamente per creare e rinfrescare il lievito madre. Un prodotto innovativo, unico sul mercato, molto bilanciato e in grado di assicurare un lievito sviluppato, profumato e con il giusto equilibrio di acidità. È anche perfetta per impasti di dolci lievitati da ricorrenza.

Partner del terzo appuntamento Meet Massari Business Experience è stato Elle&Elle di Teramo. L'azienda è nata dalla volontà dei suoi fondatori - Luciano Di Luca, Giovanni Izzotti e Luca Alfieri - di selezionare e valorizzare qualità e autenticità dei prodotti alimentari nel territorio abruzzese, dove la realtà opera. Fiore all'occhiello dell'azienda un ricco programma di corsi professionali che ogni anno si svolgono presso l'Accademia Elle&Elle con il supporto di maestri e chef delle aziende partner.

Tutti gli appuntamenti e i contenuti di Meet Massari Business Experience 2021 saranno presto disponibili sul sito del Molino nell'area premium Dallagiovanna Plus: **www.dallagiovanna.it/dallagiovanna-plus**. cod 80327

Per informazioni:
www.dallagiovanna.it



Appena ventenne, piacentina, Claudia ritiene che non si debba mai smettere di accrescere la propria conoscenza in ambito professionale. Importante inoltre individuare una associazione a cui fare riferimento

FARE ESPERIENZE ALL'ESTERO E STUDIARE: I CONSIGLI DELLA BARLADY CLAUDIA PISARONI

In occasione del Memorial Medardo Casella, nella splendida Piazza dei Cavalli a Piacenza si è svolto "The Cocktail Race": gli allievi del grande Medardo si sono cimentati nella creazione di bevande gustosissime ed eleganti. Tra i concorrenti abbiamo notato una giovane promessa del bartending: **Claudia Pisaroni**. Claudia è appena ventenne, nata a Castel San Giovanni, cittadina emiliana della Val Tidone al confine della Lombardia nelle vicinanze di Piacenza, subito a ridosso della provincia di Pavia. Ha frequentato l'alberghiero Raineri e Marcora di Piacenza presso il Centro Scolastico Agroalimentare. Non avendo molta confidenza con lo studio, dopo il diploma ha iniziato a lavorare in un barettino commerciale a Borgonovo (Pc), poi grazie ad una amica di famiglia si è spostata in un ristorante, La Cascina a Gragnano Trebbiense, dove ha iniziato a capire come muoversi tra i tavoli servendo gnocco fritto e altre leccornie locali. Essere a contatto con le persone era la cosa che più le piaceva.

La svolta poi arriva quando Andrea Usberti, coordinatore Abi Professional per l'Emilia Romagna, la convince ad andare a lavorare a "La Corte" di Borgonovo, locale di Stefano Zappavigna dove Usberti ricopre il ruolo di responsabile dei bar. Da La Corte, Claudia inizia un percorso professionale interessante ma soprattutto comincia a conoscere professionisti e apprende la nobile arte del bartending. Frequenta anche il corso di barman Abi Professional organizzato da Usberti. Appena può si precipita a seguire masterclass e concorsi del settore.

Chiediamo a Claudia cosa l'ha convinta ad entrare in Abi Professional, oltre al fatto di aver avuto un maestro come Usberti. «Entrare in associazione - spiega - mi ha portato tenti benefici professionali, quello di sentire di appartenere ad un grande gruppo e condividerne i progetti, ma anche il fatto di apprendere nozioni che ti mancano e soprattutto vedere cose nuove». Claudia racconta poi di non avere ancora avuto l'opportunità di uscire dalla propria comfort zone e fare esperienze all'estero o in altri ambiti come locali di un certo prestigio o alberghi. Per questo consiglia di fare un'esperienza all'estero: «Per accrescere la propria professionalità è fondamentale esplorare nuovi mondi, soprattutto in ambito professionale».

Ora che anche lei fa parte di Abi Professional è certa che troverà l'aiuto necessario per partire, deve solo fare la valigia! Vista la determinazione con la quale affronta il lavoro e la sua intenzione di divenire una barlady affermata, Claudia ritiene che per conseguire il successo professionale sia indispensabile «trovare un professionista di riferimento, individuare una associazione di categoria, adoperarsi per accrescere le conoscenze e mai demordere dai propri obiettivi. Bisogna studiare, informarsi e applicare quello che si impara». È questo il consiglio che Claudia dà ai suoi coetanei che vogliono iniziare la carriera nel settore della ristorazione e del bar.

cod 80286

SCUOLE E RISTORATORI

CI VUOLE PIÙ COLLABORAZIONE PER FORMARE I GIOVANI



di ***Guerrino Di Benedetto***



Da qualche mese seguo le polemiche e i dibattiti sulla scuola e sulla formazione dei futuri cuochi e camerieri. Non posso iniziare questo articolo senza citare una canzone famosa di molti anni fa di un giovane cantante di nome Luis Miguel: "Noi, ragazzi di oggi…". Come in tante canzoni dedicate ai giovani, l'autore parla di sogni, aspirazioni, desideri e amicizia. Nei dibattiti molti chef sottolineano la scarsa formazione scolastica dovuta a una certa impreparazione dei docenti e a programmi didattici obsoleti; altri si scagliano contro giovani che escono dalla scuola anche con una buona preparazione ma che hanno poca o nessuna voglia di lavorare su orari impegnativi come quelli di un ristorante.

Si deve realizzare una vera saldatura (non solo a parole...) fra i ristoratori e le scuole. I giovani vanno formati adeguatamente e stimolati a intraprendere una carriera che può essere ricca di soddisfazioni

Vorrei fare due osservazioni: la prima è che la scuola segue dei modelli dettati da programmi didattici scritti da un Ministero che, come sappiamo, spesso non annovera fra le sue leve specialisti del settore. La mia seconda considerazione è che molti chef aspettano sulle soglie dei loro ristoranti giovani di cui non conoscono il mondo e i desideri. Le loro aspettative verso questi ragazzi si possono riassumere in: lavorare, lavorare, lavorare.

Tempo fa scrissi che il lavoro della ristorazione andava rimodulato su turni meno massacranti, citando il famoso slogan degli anni '70: "lavorare tutti, lavorare meno". Ho conosciuto chef e camerieri che si vantavano di lavorare 15 ore al giorno, io non penso che questo sia utile in un'ottica di lavoro che possa permettere di avere una certa tranquillità e serenità in sala e in cucina. Penso che si dovrebbero creare due brigate, per poter lavorare in tempi più "umani".

I ristoratori hanno il dovere a loro volta di formare i giovani durante gli stage e non semplicemente utilizzarli come manovalanza. Ma il mio sogno di docente ed ex cameriere e titolare è quello di vedere una vera saldatura (non solo a parole...) fra i ristoratori e le scuole. Gli antichi romani dicevano: *Hic Rhodus, hic salta* ("qui è Rodi, salta qui", ossia "dimostraci le tue affermazioni, qui ed ora"). La mia esortazione è quella di non fermarci a guardare la grande statua, ma di mettere insieme le nostre capacità ed esperienze per saltarla. cod 80263



COME E PERCHÉ VENDERE BENI ALIMENTARI ONLINE: UN FENOMENO IN CRESCITA



di ***Massimo Artorige Giubilesi***
Founder & ceo Giubilesi & Associati
Chairman FCSI Italian Unit

I dati statistici recenti ci mostrano come l'Italia nel corso del 2021 sia riuscita a posizionarsi ai vertici delle classifiche mondiali, oltre che per i risultati sportivi, anche per quanto riguarda lo shopping online. I numeri indicano che nel primo semestre del 2021 l'e-commerce a livello globale è cresciuto del 58%, ma ancora una volta l'Italia si è distinta registrando un aumento del 78%, "accontentandosi", si fa per dire, del quarto posto dopo Canada, Olanda e Regno Unito (fonte: Shopping Index Report trimestrale Salesforce).

Sicuramente la crescita del fenomeno, per quanto riguarda l'Italia, è dovuta in larga misura dalle condizioni del mercato provocate dalla pandemia. Se nell'era pre-Covid gli imprenditori, ma anche i consumatori, si affacciavano con un certo timore alle vendite e agli acquisti online di beni alimentari, la crisi sanitaria ha costretto tutti a rivalutare questa opportunità. Da qui, le prospettive di sviluppo del mercato e-commerce Food and Grocery si profilano più che appetitose per tutti gli operatori del settore, che devono adeguarsi alle nuove abitudini ed esigenze delle persone che, avendo scoperto le comodità e i benefici degli acquisti online, difficilmente torneranno indietro.

Inutile però non guardare anche l'altra faccia della medaglia che ha visto tantissimi tentativi di avvio di commercio online di prodotti alimentari finiti male o che faticano a decollare. Prima di pensare ad investire risorse nelle vendite online, bisogna valutare bene ogni aspetto e soprattutto prevedere e calcolare in dettaglio l'impegno e i costi ricorrenti e futuri necessari per la buona riuscita del progetto.

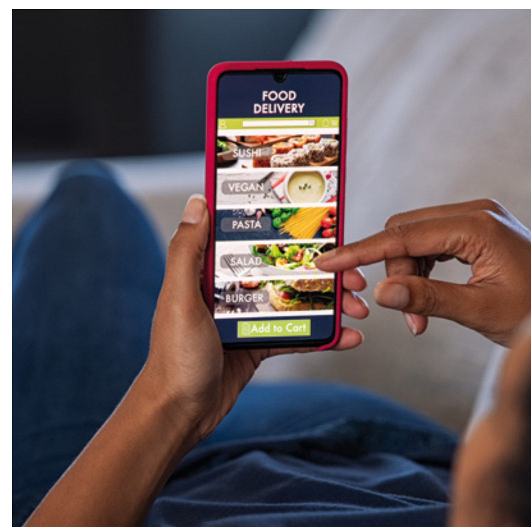
Oltre la parte puramente tecnologica che è sempre meglio affidare a tecnici e specialisti, l'altro aspetto dove è meglio evitare soluzioni "fai da te" è quello legato agli adempimenti amministrativi in funzione della legislazione vigente per il commercio online di prodotti alimentari, tenendo comunque sempre a mente e al primo posto la salute e la sicurezza dei consumatori.

Il complesso apparato normativo che regola le vendite online di prodotti alimentari è finalizzato allo scopo di garantire la creazione di un processo di vendita chiaro e trasparente e che consente al consumatore che intenda acquistare un prodotto alimentare tramite il web di ricevere tutte le informazioni necessarie. Per questo motivo è fondamentale che l'imprenditore faccia particolare attenzione alla presentazione (scheda tecnica) del prodotto e alle descrizioni che utilizza sul proprio sistema di comunicazione.

Un altro aspetto da considerare nelle vendite online di beni alimentari e sul quale i consumatori devono essere chiaramente informati riguarda il diritto di recesso, che secondo il Codice del consumo è garantito all'acquirente per 14 giorni, a partire dalla data di consegna e che gli permette la restituzione del prodotto acquistato. Tale diritto di recesso è però escluso per la vendita dei beni che sono "suscettibili al deteriorarsi o scadere rapidamente", il cui elenco è contenuto nell'art. 62 della Legge 27/2012.

Non per ultimo, bisogna ricordare che nelle vendite online si effettua uno scambio significativo tra acquirente e venditore di importanti dati personali e di conseguenza tutti i siti e-commerce sono soggetti agli obblighi imposti dal GDPR, Regolamento Europeo sulla protezione dati personali 2016/679. cod 80164

Per informazioni:
www.giubilesiassociati.com





UTILIZZA CEI FOOD PER IL TUO SERVIZIO DI TAKE-AWAY E DELIVERY

Gestire **delivery, take-away, self ordering e menu digitali** in modo facile e intuitivo?
Adesso è possibile con l'app **CEI Food.**

L'app consente di avere una **vetrina digitale**, di gestire spese di consegna, schede prodotto con modifiche e aggiunte, pianificare il lavoro secondo necessità e **molto altro...** tutto **senza commissioni!**







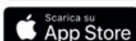




ORDINA SU







Scopri di più sui nostri social

  @CeiFoodOrdinaOnline

Contattaci: 011 4081448

LE COLLEZIONI TABLECRAFT ENTRANO NEL CATALOGO DI AGNELLI COMPLEMENTS





«Siamo da sempre motivati a fornire ai nostri clienti le soluzioni più complete, efficienti e personalizzate, per servire al meglio l'Hospitality business», afferma **Angelo Agnelli**, titolare delle aziende che fanno capo ad Agnelli Since 1907. «Le decisioni sul prodotto assumono un'importanza centrale all'interno delle politiche di marketing mix e concernono l'insieme delle scelte relative al portafoglio prodotti di un'impresa. È in quest'ottica che è nata la partnership con TableCraft, azienda inglese che si dedica alla progettazione e produzione di oggetti per semplificare i gesti di ogni giorno legati alla ristorazione. La proficua collaborazione ha portato all'integrazione del catalogo TableCraft, con le sue offerte di prodotti, per raggiungere l'obiettivo di proporre al cliente Agnelli Since 1907, attraverso Agnelli Complements, merci che gli danno la possibilità di organizzare al meglio la propria attività».

TableCraft da 75 anni produce prodotti innovativi per la ristorazione e la vendita al dettaglio in tutto il mondo. Prodotti affidabili e di alta qualità: le collezioni TableCraft, infatti, forniscono alla ristorazione soluzioni innovative oltre che versatili e sicure, per aiutare a migliorare l'efficienza e ridurre gli sprechi, elevando le presentazioni a buffet e da tavolo. Questi innovativi prodotti si integrano perfettamente con l'offerta Agnelli Complements e permettono di gestire gli ordinativi in modo personalizzato, efficiente e sicuro. L'assortimento dei prodotti TableCraft si rivolge anche alle catene di food service: una vasta gamma di soluzioni, dalla più raffinata alla più semplice, accomunate da proposte che garantiscono massima efficienza, stile e durata nel tempo. La famiglia Agnelli, con Agnelli Since 1907, conferma ancora una volta il suo impegno nel ricercare costantemente prodotti di alta qualità di realtà che producono articoli legati al settore dell'accoglienza. Con questa novità, infatti, l'azienda bergamasca estende ancora di più la proposta di prodotti Agnelli Complements. cod 80207

Pentole Agnelli
via Madonna 20 - 24040 Lallio (Bg)
Tel 035 204711
www.pentoleagnelli.it

TABLECRAFT
DAL 1946 DESIGN, STILE, VERSATILITÀ

Fondata nel 1946, TableCraft Products Company ha aperto le sue porte a Chicago come società di distribuzione di prodotti d'importazione al servizio del settore della ristorazione e continua ancora oggi ad essere un'azienda a conduzione familiare. In virtù della sua semplice missione di offrire un servizio impareggiabile e innovazioni nel settore della ristorazione guidate dalla coscienza, da allora TableCraft è cresciuta in modo significativo fino ad offrire oggi oltre 3mila prodotti. Dalle bellissime e multifunzionali collezioni di servizi a buffet fino ai prodotti da tavola classici e contemporanei, TableCraft offre design creativo, stile elevato e versatilità del prodotto unico nel suo genere ai clienti della ristorazione in tutto il mondo.



COMAS



POSATERIA PER UN'ESPERIENZA CULINARIA UNICA

di *Giorgio Lazzari*

Comas, marchio spagnolo di posateria, rappresenta un'altra eccellenza per Ros Forniture Alberghiere, azienda alle porte di Bergamo che da 38 anni seleziona fornitori e prodotti per il mondo dell'ospitalità e vanta un catalogo di oltre 15mila referenze per alberghi, bar e ristoranti. Il brand da poco entrato nel catalogo è coerente con l'obiettivo aziendale che punta alla qualità dei prodotti offerti al mondo della ristorazione e della ricettività.



«La nuova linea di posateria Comas ci garantisce un prodotto innovativo e dalle linee moderne», commenta **Michele Pezzotta**, sales manager di Ros. «L'azienda spagnola ha puntato sul design, con un prodotto più ricercato e accattivante. Siamo sempre stati vicini ai nostri clienti e oggi gli imprenditori della ristorazione sono ripartiti con grande forza. Di conseguenza è in crescita la richiesta di beni durevoli di qualità contraddistinti da un design moderno, in modo da accompagnare in maniera originale tutte le occasioni conviviali, dagli aperitivi alle cene».

Il catalogo di Comas affianca la posateria classica ad articoli più freschi, che giocano anche sui colori oro e nero, partendo sempre dalla posata d'acciaio, ma con una linea dedicata anche ad un pubblico più moderno e a locali innovativi.


Michele Pezzotta

Con 30 anni di storia alle spalle, "Comas & Partners - Posateria di Barcellona dal 1991" ha ormai consolidato la propria leadership sul mercato spagnolo nel settore alberghiero e della ristorazione. Grazie ad una storica relazione con l'industria metallurgica, l'azienda ha applicato le conoscenze acquisite nella produzione di posateria. Lungo tutta la catena di valore, Comas è caratterizzata dallo spirito mediterraneo e dalla cultura del lavoro.

I giorni sono fatti di dettagli, che li rendono leggermente diversi ed esclusivi, permettendo di sfuggire all'abisso della routine. Il marchio di posate è stato studiato per accompagnare i pasti di tutti i giorni. In casa, al ristorante, sul luogo di lavoro o all'aria aperta, una posata rappresenta sempre la migliore alleata per godersi un'esperienza culinaria unica e inimitabile.

Il motore di sviluppo di Comas è l'innovazione, che svolge un ruolo trasversale nel modello imprenditoriale, come un asse strategico in grado di offrire costanti miglioramenti nei prodotti e nei servizi proposti. Fin dall'inizio della sua attività, l'azienda spagnola ha puntato sul design, creando prodotti con una personalità e un posizionamento unici sul mercato. Il design è sempre andato di pari passo con la qualità, grazie alla quale Comas può garantire 5 anni di garanzia per tutte le collezioni.

Tre linee per diversi target di consumatori

Per soddisfare le esigenze del settore sono stati creati tre diversi marchi, che rispondono a differenti target di consumatore: Culter, Comas e Lacasa offrono una soluzione ottimale a tutti i vari clienti, con oltre 20 collezioni per rendere unica l'esperienza gastronomica. Culter è il marchio premium, creato per accompagnare la cucina più sofisticata, nella quale il pasto è un rito da trasformare in un'esperienza unica. Culter punta all'innovazione, dove la creazione, il design e l'ispirazione sono il motore di sviluppo di tutte le collezioni. Grazie ad un team di designer interni e alle collaborazioni esterne di famosi professionisti, Culter è oggi un punto di riferimento, sinonimo di esclusività e qualità su tutte le tavole del mondo.

Oltre al quartiere generale di Ros, situato a Zanica, in provincia di Bergamo, l'azienda è presente con il nuovo showroom a Milano, visitabile solo su appuntamento, in via Privata Gaspare Bugatti 13, traversa di via Tortona. cod 80466

Ros Forniture Alberghiere
via Don Lorenzo Milani 1 - 24050
Zanica (Bg) - Tel 035 670299
www.ros.bergamo.it







ELEGANZA FUNZIONALITÀ INNOVAZIONE

LE PAROLE CHIAVE DEL GRUPPO ARC

Sono molteplici le novità dell'universo hospitality che Arc porterà a FieraMilano in occasione di Host, dal 22 al 26 ottobre: una fra tutte un nuovo concetto nel segmento food delivery. Recentemente nel settore Food-to-go c'è sempre più la tendenza all'utilizzo di prodotti green, quindi riciclabili e riutilizzabili, e Arc che da sempre percorre la strada dell'ecosostenibilità lavora costantemente in questa direzione, fornendo articoli in vetro, leggeri, resistenti e soprattutto riciclabili. Per il futuro dell'ospitalità sono state implementate soluzioni innovative nei materiali per migliorare la resa degli articoli e la praticità di utilizzo senza trascurare un design di livello.

So Urban by Arcoroc è la nuova collezione di recipienti appositamente studiata per la vendita da asporto e la consegna. Oltre ad essere in vetro, un materiale sano che garantisce le qualità organolettiche e la sicurezza sanitaria degli alimenti, questi recipienti offrono innumerevoli vantaggi: sono infatti trasparenti per la perfetta presentazione dei cibi, impilabili, leggeri, ermetici, idonei al microonde ed estremamente resistenti.

Un'altra importante novità di Host riguarda il segmento Barware: la tendenza di questo periodo vuole tumbler e bicchieri in stile vintage. In linea con questo trend, Arcoroc propone la collezione Broadway: forme dallo stile retrò riviste in chiave moderna con nuovi colori. Con i loro tagli sofisticati questi bicchieri riproducono fedelmente gli elementi distintivi delle collezioni scintillanti che rendevano particolarmente raffinate le tavole dei ruggenti anni '30.

Per quanto riguarda il comparto Wine tasting si va verso nuove forme che esulano dall'ordinario, che rispettino sempre gli alti standard qualitativi e che garantiscano una degustazione impeccabile. Per l'occasione Chef&Sommelier presenta Exaltation, una nuova forma elegante e allungata a metà strada tra il flûte e il calice, ideale per champagne e vini frizzanti ma perfetta anche per cocktail e dessert.

Infine, nel segmento Ristorazione collettiva c'è una richiesta di materiali sempre più leggeri e performanti. Nova-Aquitania è l'innovativa collezione in cui ogni pezzo si distingue per la sua finezza e leggerezza. L'obiettivo? Limitare i rischi di disturbi muscoloscheletrici del personale che si occupa del servizio. Nova-Aquitania si distingue anche per la dimensione originale dei piatti: la loro grandezza è pensata per limitare gli sprechi. cod 80112

Arc Group
via dell'Artigianato 38 - 24046 Osio Sotto (Bg) - Tel 035 689411
www.arc-intl.com



Dopo Sirha 2021 a Lione, Costa Group si prepara per Host Milano con un format del tutto nuovo, in cui il pubblico sarà coinvolto in un percorso esperienziale nella natura, immerso tra alberi, cibo, arte, storia e cultura

COSTA GROUP
L'ARREDO CHE NON TI ASPETTI...

Costa Group, nonostante la pandemia, ha saputo reagire e trovare uno slancio verso progetti sempre più importanti e internazionali presentando al Sirha di Lione uno spazio italiano che parla di genuinità, eleganza, ma soprattutto innovazione. Sono state presentate una Bakery e una Caffetteria, due ambienti che da sempre hanno contraddistinto l'azienda in questi 40 anni di attività e che hanno dato voce alla sostenibilità e al rispetto, con l'utilizzo di materiali naturali, di recupero, accostati a tecnologie rivoluzionarie.

Durante gli ultimi mesi Costa Group ha sviluppato progetti in Silicon Valley, a Sidney, a Dallas, a Londra e in California con Eataly, poi Katella a Los Angeles, Serafina a New York e progetti in Middle East. Dopo i successi in Italia con Sophia Loren a Firenze, Golocious a Napoli e a Milano, Vasame a Viareggio, Nima Sushi e La Regina di Manarola nelle Cinque Terre, sta avendo sempre più successo l'ODSweet Hotel in Duomo a Milano, con il suo maestoso ristorante del secondo piano e la terrazza "The Dome" che domina la piazza e ospita eventi e sfilate di moda, dove domina l'immensa insegna di Gucci che incornicia il tutto.



Un periodo pieno di soddisfazioni dunque, con la partecipazione ad eventi del settore Food & Beverage, come Cibus e Sirha, il Fuori Salone di Milano, il Bootcamp di Assisi, il Retail Building Management Forum, Cheese a Bra e Seafuture a La Spezia.

E dopo Sirha 2021 a Lione, Costa Group approda ad Host Milano (22-26 ottobre) con un format totalmente nuovo. Il pubblico sarà coinvolto in un percorso esperienziale e multisensoriale nella natura, immerso completamente tra alberi, cibo, arte, storia e cultura.

«Sebbene la pandemia abbia cambiato per tutti le regole del gioco - spiega l'azienda - le nostre profonde radici ci hanno resi in grado di non temere il vento, perché, come questo periodo ci ha insegnato, solo gli innovatori e i creativi riescono a nuotare in acque così agitate».

cod 80427

Costa Group
via Val Graveglia ZAI - 19020 Riccò del Golfo (Sp) - Tel 0187 769309
www.costagroup.net



FRIEDR. DICK

PASSIONE PER LA QUALITÀ DEGLI STRUMENTI DA TAGLIO

Friedr. Dick, azienda fondata nel lontano 1778, ha recentemente lanciato la nuova linea Pink Spirit che, come dice il nome stesso, si contraddistingue per il colore rosa del manico. Questa nuova linea si basa su una serie più ampia di coltelli che ormai hanno conquistato il mondo degli appassionati di cucina e del BBQ: Red Spirit.

La serie Red Spirit è chiaramente ispirata all'artigianato asiatico, realizzata con precisione tedesca secondo il tradizionale metodo di produzione e impiegando le più moderne tecniche di fabbricazione. Ispirandosi a questa tradizione, Friedr. Dick ha creato per la sua serie di coltelli Red Spirit un manico arrotondato di colore rosso. Nei Paesi asiatici come la Mongolia, la Cina e la Corea del Sud, il rosso rappresenta il progresso, la fortuna, il benessere e il calore. In Europa il colore rosso simboleggia, tra l'altro, concetti come la vivacità, il fuoco, il calore, la sensualità, l'amore e la passione. Proprio gli ingredienti giusti per cucinare ai più alti livelli.

Lame per tagli perfetti

I coltelli Red Spirit sono stati creati per tagliare alla perfezione, senza nessun compromesso. Le lame hanno una linea snella e slanciata. Inoltre il filo è sottoposto a lucidatura. I coltelli Red Spirit sono facili da controllare e realizzano un taglio preciso e pulito. Gli alimenti non vengono schiacciati né frantumati e mantengono così il loro prezioso aroma originale. Il manico rotondo ed elegante, dalla linea tipicamente asiatica, si adatta perfettamente al palmo della mano e risponde perfettamente alle esigenze ergonomiche sia degli chef professionisti sia dei cuochi per hobby più ambiziosi. Un vantaggio particolarmente importante in caso di utilizzo frequente.

Una gamma ampia e completa

Sono disponibili ben 16 diverse tipologie di coltello: dal semplice spelucchino da

7 cm fino al prestigioso Ajax da 20 cm (vincitore di numerosi riconoscimenti a livello internazionale), passando per alcuni "gioiellini" tipicamente asiatici come la mannaretta "Cinese", il coltello chiamato "Usuba", il coltello "Tanto" e il particolarissimo "Hektor". Insomma, una linea tutta da scoprire! Oltre ai coltelli, nella stessa serie, troviamo anche un formidabile acciaino, un forchettone per le carni e una serie di foderi di protezione per preservare al meglio il filo della lama.

Non possiamo dimenticare però altre linee come la classica Premier Plus: una serie di coltelli forgiati con manico nero e rivetti passanti. E poi ancora una delle linee più ricercate e prestigiose: la serie 1905, unica nella forma e nella realizzazione del manico oltre che nella solidità e nella composizione della lega con la quale viene realizzata.

La gamma di coltelli dell'azienda tedesca comprende ben 16 diverse tipologie. La serie Red Spirit è ispirata all'artigianato asiatico ed è caratterizzata da un manico ergonomico di colore rosso



Strumenti non solo per i cuochi, ma anche per macellerie e gastronomie

Oltre a tutte queste serie dedicate al mondo della cucina, non dobbiamo però dimenticare che Friedr. Dick è anche leader mondiale nella produzione di coltelli e attrezzature specifici per macellerie e gastronomie. Come non citare, ad esempio, la vastissima proposta di acciaini di altissima qualità tutti Made in Germany.

Friedr. Dick è l'unico produttore al mondo ad offrire un programma completo di coltelli, acciaini ed attrezzi per la lavorazione delle carni e la ristorazione, nonché insaccatrici, affilatrici e strumenti per la pulizia dei coltelli. La lunga tradizione ed esperienza nella realizzazione di prodotti per cuochi e macellai permette uno sviluppo continuo di novità. Desideri dei clienti, suggerimenti dettati dall'esperienza pratica e idee nuove vengono tutti trasformati in prodotti di alta qualità per l'utilizzo professionale e casalingo. Friedr. Dick è presente in tutti i Paesi del mondo con distributori e partner commerciali qualificati. Ma i progetti della Friedr. Dick non si fermano mai! A breve, infatti, verranno introdotte ulteriori novità che amplieranno ancor di più la già ampia offerta di prodotti presenti a catalogo. cod 80044

Friedr. Dick Italia
via Mascagni 2 - 20020 Lainate (Mi)
Tel 02 9373399
www.dick.de/it





La produzione dell'azienda piemontese è 100% made in Italy. Nel 2021 i due marchi "Titania" e "Imperia" hanno ricevuto dal ministero dello Sviluppo economico il riconoscimento di Marchio storico di interesse nazionale

IMPERIA & MONFERRINA

MACCHINE PER LA PASTA ITALIANE ESPORTATE IN TUTTO IL MONDO

Imperia nasce ufficialmente il 3 febbraio 1932 come evoluzione di un piccolo laboratorio artigianale ed inizia, da subito, la distribuzione delle macchine per pasta nel mondo. Il mercato di riferimento principale diventa quello degli Stati Uniti d'America e dei suoi numerosi emigranti italiani che, grazie all'utilizzo delle macchine per pasta stabiliscono una sorta di legame affettivo con i sapori della patria lontana. Oggi Imperia esporta in oltre 100 Paesi nel mondo. Con l'espandersi della società, il marchio Imperia diventa sinonimo di prodotti durevoli per la casa con una forte identità di marchio. Nel 2010 incorpora La Monferrina, esistente dal 1978, specializzata nella produzione di macchine professionali per la pasta ad uso di laboratori e industrie del settore. La Monferrina produce interamente in Italia.



Oggi esistono 2 linee di prodotto, Casa e Professionale, e il motto è "da 6 a 200 kg/ora". La produzione si svolge negli stabilimenti di Moncalieri (Torino) e di Castell'Alfero (Asti) e l'azienda è orgogliosa di poter dire che ogni prodotto è un manufatto italiano al 100%, costruito con manodopera e materie prime nazionali. Imperia è vero Made in Italy.

Nel 2021 due marchi di Imperia & Monferrina, "**Titania**" e "**Imperia**", hanno ricevuto da parte del ministero dello Sviluppo economico il riconoscimento di Marchio storico di interesse nazionale. Questo importante risultato è stato raggiunto grazie a più fattori: in primis l'intuizione e l'impegno degli imprenditori dell'epoca, che crearono il primo laboratorio nel 1932, e poi la profusione di energie e duro lavoro di generazioni di lavoratori al servizio dell'impresa.

È importante però non sedersi sugli allori ma considerare questo importante riconoscimento come un punto di partenza e non di arrivo: investe tutta l'azienda della grande responsabilità di dover migliorare sempre dando il massimo per tutelare e valorizzare "Titania" e "Imperia". cod 80145

Imperia & Monferrina
via Vittime di Piazza Fontana 48 - 10024
Moncalieri (To) - Tel 011 9324311
www.imperiamonferrina.com



LA NUOVA PIASTRA VALORIANI OTTIMIZZA LA COTTURA DEI LIEVITATI

Valoriani presenterà a Host (22-26 ottobre) i nuovi prodotti che sono stati sviluppati nei mesi di pandemia, come la nuova Piastra per il forno di casa e la nuova misura di 90 cm per le linee di forni professionali

Dopo oltre un anno e mezzo di difficoltà, l'azienda Valoriani riparte a piccoli passi verso la normalità e sarà presente alla prossima edizione di Host 2021. La manifestazione come sempre si svolgerà nel centro fieristico di Rho (Mi). Dal 22 al 26 ottobre le principali aziende del settore dell'ospitalità torneranno ad incontrare i propri rivenditori, le vecchie conoscenze e i potenziali nuovi clienti.



L'ultima occasione simile per Valoriani è stata la fiera internazionale di Gulfood, nel febbraio 2020 a Dubai. Da quel momento gli eventi mondiali che sono seguiti, di cui tutti siamo a conoscenza, hanno portato l'azienda ad adeguarsi al nuovo modo di lavorare. Niente più fiere, meeting o appuntamenti, sostituiti da video call sulle varie piattaforme saltate alla ribalta. Sicuramente la tecnologia è stata fondamentale per permettere di andare avanti, continuare a lavorare e mantenere rapporti con clienti in ogni angolo del mondo.

L'attesa è quindi tanta per questa nuova prima occasione di un incontro "dal vivo". Finalmente ci sarà l'opportunità di vedere e toccare con mano i nuovi e vecchi prodotti, e parlare direttamente con i rappresentanti dell'azienda. La fiera sarà quindi un'opportunità anche per presentare i nuovi prodotti che sono stati sviluppati nei mesi di pandemia.

Un prodotto sicuramente legato a questo periodo storico è la nuova Piastra Valoriani. Si tratta di una piastra rigorosamente in cotto refrattario di produzione interna, dello stesso materiale utilizzato in tutti forni Valoriani. L'idea è nata proprio dalla volontà di creare un semplice accessorio che permettesse a chiunque di ottimizzare la cottura dei lievitati nel forno di casa.

Inoltre verrà presentata una nuova misura aggiuntiva per le linee di forni professionali già esistenti, con diametro interno da 90 cm, al fine di ampliare ancora di più la già vasta gamma di opzioni di forni Valoriani a legna e a gas, così da incontrare tutte le possibili esigenze dei clienti.

Appuntamento a Host presso il padiglione 3, stand H63-L62. cod 79982

Refrattari Valoriani
via Caselli alla Fornace 213 - 50066
Reggello (Fi) - Tel 055 868069
www.valoriani.it

JAM IN JAR
LA RIVOLUZIONE IN VETRO

Jam in Jar è l'innovativo dispenser di Menz&Gasser. L'uso del vaso in vetro ha permesso a Menz&Gasser di centrare gli obiettivi che si era posta ad inizio progetto: valorizzare la confettura sul banco della colazione, eliminare il packaging non necessario e garantire la salubrità del prodotto.

Il design - vincitore del Red Dot Award for Product Design 2020 - è stato sviluppato tenendo a mente i valori che Menz&Gasser rappresenta: serietà, trasparenza, solidità ed estrema attenzione alla qualità del prodotto. Le dimensioni sono compatte per sfruttare al meglio gli spazi. Il design sviluppato in Italia è minimalista e funzionale, per adattarsi agli ambienti più diversi. La cura dei dettagli, lo studio dell'ergonomia e i materiali impiegati trasmettono un'elevata sensazione di qualità. La struttura in acciaio e il ridotto numero di componenti garantiscono stabilità, facilità d'uso e durata nel tempo.



Ciò che però caratterizza maggiormente questo dispenser è la facilità di utilizzo e manutenzione. Il cambio del vaso richiede quattro semplici manovre, non necessita di strumenti e può essere effettuato direttamente sul banco della colazione. Il lavaggio della pompa è rapido e veloce: a mano in acqua corrente o in lavastoviglie. Per la pulizia della struttura sono infine sufficienti un panno e un detergente spray.

La gamma di prodotti sviluppata ad hoc per Jam in Jar prevede il miele di fiori, le creme di nocciola e di pistacchio e sei diversi gusti di marmellata e confettura al 50% di frutta, che - per incontrare le esigenze di una clientela sempre più internazionale e multietnica - è stata certificata kosher, halal e vegana/vegetariana. cod 80134

Menz&Gasser
via dei Campi 23 - 38050 Novaledo (Tn) - Tel 0461 720600
www.menz-gasser.it

NEI *DISPENSER DARBO* ANCHE LA GOLOSA CREMA DI NOCCIOLE



Darbo sta ampliando la gamma dei flaconi ricaricabili per il suo sistema di dispenser a buffet: oltre alle creme di frutta e miele, da ottobre è disponibile anche la crema alle nocciole nei flaconi ricaricabili del dispenser Darbo. Prodotta senza olio di palma, con il suo piacevole sapore di nocciola e la sua consistenza cremosa, conquisterà sicuramente tutti gli ospiti. Ma la nuova crema non è solo deliziosa sul pane: è anche una piacevole variante per lo yogurt, nel muesli o sulla frutta.

Il dispenser Darbo è un elegante e pratico dispositivo che, grazie a una leggera pressione della leva, permette agli ospiti di prelevare la porzione di crema di frutta o miele desiderata, offrendo così una soluzione semplice e funzionale che tiene conto anche delle elevate esigenze igieniche del settore.

Dal colore bianco neutro e dalle linee classiche e pulite, il dispenser Darbo è adatto a ogni struttura alberghiera alla ricerca di una soluzione accattivante per il proprio buffet da colazione. Materiali come alluminio e acciaio inossidabile assicurano stabilità e lunga durata e il funzionamento è intuitivo e agevole sia per gli ospiti che per il personale. Inoltre, la maneggevolezza dei flaconi ricarica implica tempi di sostituzione minimi e quindi maggior tempo da dedicare alla cura del servizio al cliente: il Darbo dispenser è un vero e proprio alleato degli operatori del settore.

Un utilizzo pratico, insieme ad una pulizia rapida e senza necessità di smontaggio, sono solo alcuni dei vantaggi di questo prodotto. I dispenser Darbo, infatti, permettono un dosaggio pulito e igienico evitando scomode fuoriuscite di prodotto. Le etichette dei flaconi (con immagine esemplificativa e diciture in quattro lingue), inoltre, sono immediatamente visibili nella parte anteriore del flacone, agevolando così l'orientamento dell'ospite nella scelta di creme di frutta e miele. cod 79994

Distribuito da: **Loacker Spa**
via Gasterer 3 - 39054 Auna di Sotto (Bz)
Tel 0471 344000 - **info@loacker.com**
dispenser.darbo.com





NUOVA VERSIONE DI MENU MYSELF PER IL SELF-ORDERING NEL LOCALE O A DOMICILIO

Passepartout ha presentato, in occasione del suo annuale meeting con i rivenditori, la nuova versione dell'app di successo Menu MySelf. In uno scenario della ristorazione italiana completamente mutato a seguito della pandemia, la domanda di applicativi per la gestione del take-away è diventata sempre più esigente. I ristoratori autonomi chiedono alle software house soluzioni più personalizzabili e indipendenti dagli affermati circuiti del food delivery.

Menu MySelf di Passepartout è prima di tutto un'app polivalente, capace di gestire ogni tipologia di ordine a distanza, sia con consegna e ritiro che nel punto vendita, per tutti quei locali che desiderano digitalizzare la fase della comanda. L'applicazione è disponibile per tutti gli utenti del gestionale Menu ed è quindi perfettamente integrata con il software centrale che controlla ogni aspetto dell'attività, dalla cassa alla cucina, fino alle scorte e al rapporto con la clientela.

Nella sua nuova versione, in arrivo entro la fine dell'anno, Menu MySelf presenta una veste grafica completamente rivista, al fine di migliorarne l'usabilità e velocizzarne l'utilizzo. Il menu ha un aspetto pulito e minimale che rende l'esperienza d'uso intuitiva già dal primo utilizzo. Una serie di comandi veloci permette di modificare le quantità di ogni singola pietanza e cambiare l'ordine delle portate in poche mosse. Anche il checkout è stato ridisegnato, con la possibilità di aggiungere un elenco di indirizzi preferiti per la consegna e di proporre sconti e promozioni ai propri clienti.

Menu MySelf permette anche di prenotare un tavolo online ed è disponibile in versione custom, con logo e nome del ristorante che ne desidera la personalizzazione. In questo modo ogni locale può avere a disposizione la propria app di food delivery negli store digitali, svincolandosi dalle pesanti commissioni di utilizzo delle più celebri società del settore e riappropriandosi del rapporto con la propria clientela. cod 80106

Passepartout
via Consiglio dei Sessanta 99 - 47891
Dogana (Repubblica di San Marino)
Tel 0549 978011
www.passepartout.net

ENGLAND · ICELAND

MARTIN MILLER'S GIN

L'ORIGINALE GIN PLURIPREMIATO, ARRICCHITO DA INGREDIENTI DELL'INVERNO INGLESE E ISLANDESE.
FOLLIA O GENIO?

FROM MADNESS

TO GENIUS



Please drink responsibly



aroma+

IL SISTEMA DI FOOD PACKAGING CHE ELIMINA I CATTIVI ODORI

I vantaggi del confezionamento in atmosfera protettiva brevettato da Siad sono molteplici: conserva a lungo ed esalta le qualità organolettiche del prodotto, preservandone il profumo originario e l'aspetto

di ***Giorgio Lazzari***

Aroma+ è il sistema per il confezionamento alimentare brevettato da Siad, in grado di conferire il profilo aromatico desiderato in atmosfera protettiva, senza alterare il sapore del prodotto ed eliminando i composti volatili indesiderati. All'apertura di una confezione alimentare, è possibile infatti che si sprigioni un odore non gradevole. Ciò non dipende dalla cattiva qualità o dalla scorretta conservazione del cibo, bensì dalla normale presenza di composti organici volatili. Questo fenomeno, del tutto naturale, rappresenta comunque una criticità, perché potrebbe in qualche modo disturbare l'esperienza sensoriale del consumatore.

Per rispondere all'esigenza dell'industria alimentare di eliminare i cattivi odori, Siad nel 2015 ha creato e brevettato Aroma+, un innovativo sistema di

food packaging, in atmosfera modificata e aromatizzata, capace di esaltare le caratteristiche dei confezionati deperibili. La miscela di gas e aromi minimizza la presenza delle molecole responsabili degli odori sgradevoli ed esalta la qualità dei prodotti, preservandone il profumo originario e l'aspetto.

Una tecnologia facilmente integrabile nel ciclo produttivo

Aroma+ permette quindi al consumatore di percepire a livello olfattivo le migliori caratteristiche del prodotto confezionato grazie alla giusta combinazione di miscele, gas e aromi specifici. Le miscele di Aroma+ sono anche capaci di tutelare nel tempo le proprietà organolettiche e nutritive, così come mantengono inalterati sapori, aromi e colori.

I vantaggi del confezionamento in atmosfera protettiva con Aroma+ sono molteplici. La linea brevettata da Siad offre una gamma illimitata di aromi, si può applicare e utilizzare su qualsiasi alimento, esalta le qualità organolettiche del prodotto e rappresenta una tecnologia semplice, di facile installazione e perfettamente integrabile alla produzione di tutti gli impianti alimentari.

Produrre in maniera più efficiente e sostenibile, riducendo i costi

Aroma+ è affiancata dalla linea "Foodline" del Gruppo Siad, attivo da oltre 90 anni nella fornitura di gas tecnici con una linea di prodotti studiata ad hoc per adattarsi ai diversi processi nel settore del food&beverage. Grazie all'utilizzo dei prodotti Siad, le aziende clienti possono pianificare la produzione, così come i processi della filiera alimentare, in maniera più efficiente e con una riduzione dei costi. La conservazione duratura delle qualità organolettiche degli alimenti permette di sviluppare un'ampia copertura territoriale, insieme ad una migliore capacità distributiva e di contenere le perdite dovute a scarti di produzione, garantendo livelli qualitativi più alti ed un'elevata sicurezza alimentare.

Con Aroma+, conforme alla normativa europea, non viene trascurato nemmeno l'aspetto dell'ecosostenibilità. Oltre ad estendere la vita degli alimenti ed evitare di gettarli prima del necessario, si riduce infatti il numero di trasporti necessari alla distribuzione. Siad supporta i clienti con consulenze personalizzate e una delle più richieste è il confezionamento in atmosfera protettiva o MAP (Modified Atmosphere Packaging), dove la diluizione o l'eliminazione dell'aria all'interno delle confezioni e la sua sostituzione con un gas o miscele di gas hanno l'obiettivo di prolungare la shelf-life, con maggiori tempi di immagazzinamento e una migliore presentazione del prodotto.

Foodline utilizza gas alimentari (azoto, ossigeno, anidride carbonica e argon) che, singolarmente o in miscele, vengono introdotti all'interno delle confezioni per bloccare o ridurre la degradazione enzimatica e biochimica dei prodotti, nonché quella generata dai microrganismi presenti. I gas e le miscele Foodline vengono forniti in recipienti in pressione da 14 o 40 litri, attrezzati con dispositivi antinquinamento e dedicati esclusivamente al mercato alimentare. cod 80424

Visita il blog: **food.matterofgas.eu**

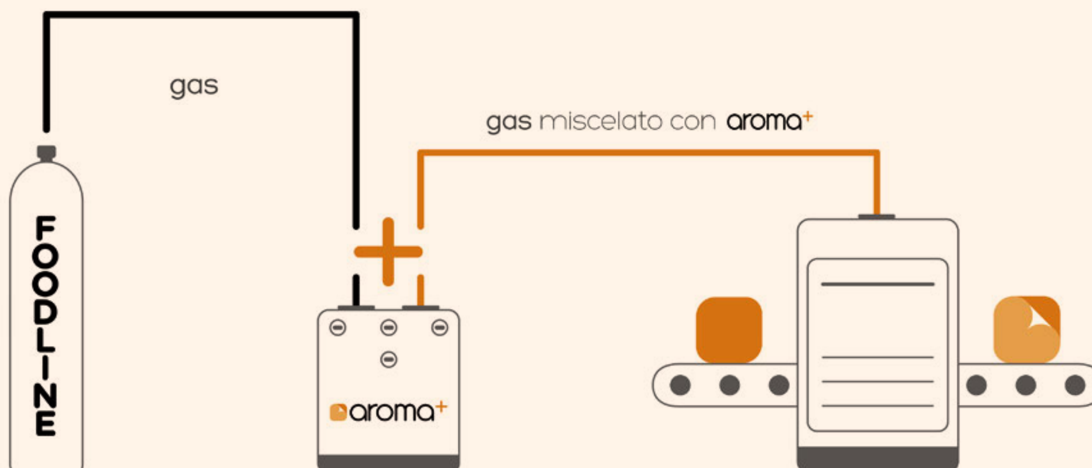
Siad
via S. Bernardino 92 - 24126 Bergamo
Tel 035 328111
www.siad.com

L'INTEGRAZIONE DI AROMA+ NEL SISTEMA DI CONFEZIONAMENTO

GAS: FOODLINE® è la linea di gas messa a punto da SIAD al fine di soddisfare le richieste più esigenti nel campo del confezionamento alimentare

SISTEMA AROMA+ combina la miscela di gas con gli aromi naturali scelti per il prodotto da confezionare.

PACKAGING: l'aria contenuta nella confezione viene sostituita dalla miscela e il processo prosegue senza ulteriori interventi.

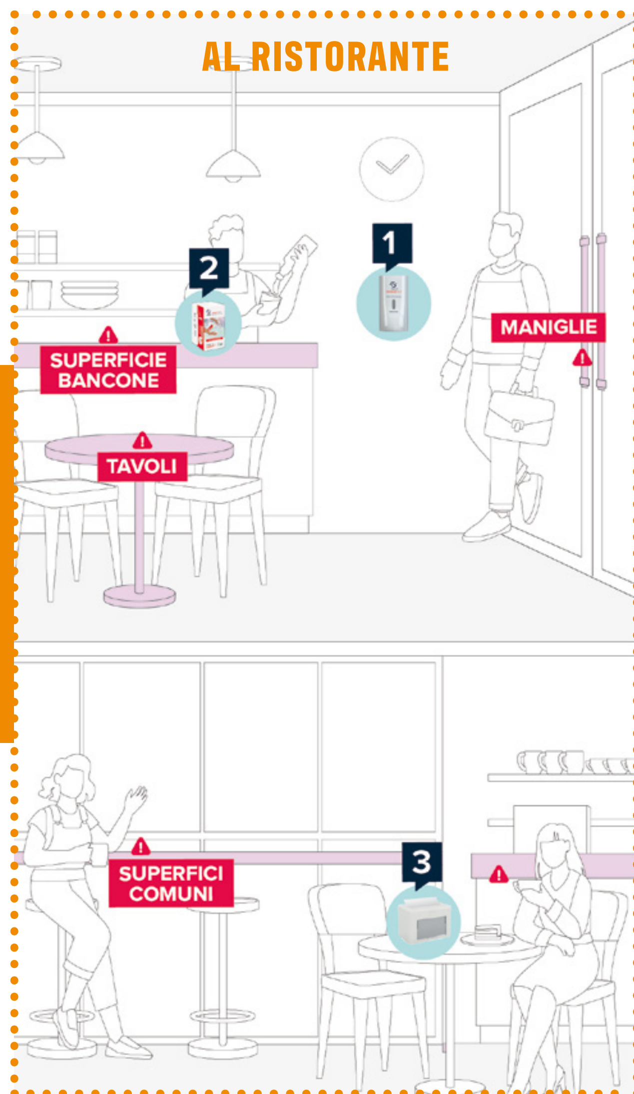


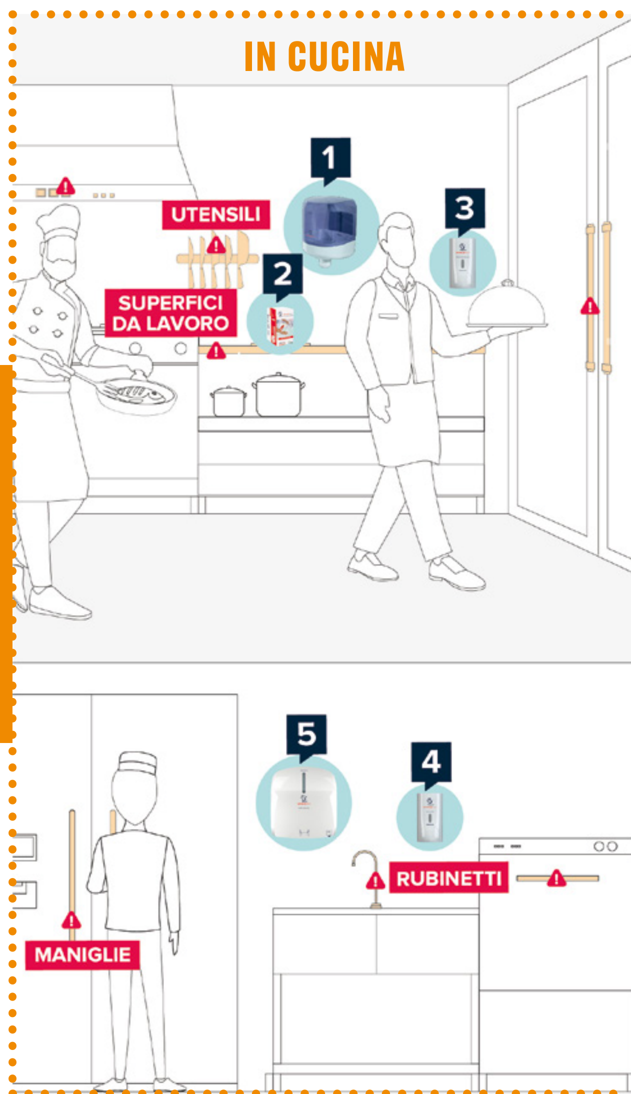
HYGIENE BEST PRACTICES
I MANUALI PAPERNET PER LA PULIZIA DEI LOCALI

L'igiene rappresenta un asset imprescindibile per le aziende che, complice l'emergenza sanitaria, hanno dovuto adeguare le proprie strutture al rispetto di elevati standard igienici. Per questo Papernet ha sviluppato una serie di manuali con cui si impegna a offrire soluzioni idonee ad innalzare il livello di igiene e sicurezza in tutti gli ambienti. Hygiene Best Practices rappresenta infatti il percorso igienico-professionale promosso dal brand, volto a garantire soluzioni altamente personalizzate in grado di assicurare protezione e sicurezza in tutte le aree di lavoro.

Per ogni segmento di business, in particolare, Papernet ha sviluppato una guida sulle corrette pratiche igieniche in cui, per ogni area di lavoro, vengono presentati i prodotti specifici per quel determinato ambiente, aiutando così i professionisti dei vari settori a garantire i migliori standard qualitativi.

Certamente, nel settore Horeca la corretta pulizia è una priorità. Dalla reception alle camere, dal ristorante alla cucina diviene necessario garantire il ri-





spetto delle normative igieniche. Così, nell'area accoglienza è fondamentale predisporre postazioni di gel igienizzante mani, come quelli della linea Defend Tech di Papernet che, disponibili nel formato monodose, da 500 ml o da 100 ml, assicurano una corretta igiene in ogni situazione. Nelle camere, invece, la nuova carta igienica monorotolo Only For You e le innovative veline facciali UV garantiscono un soggiorno pulito e sicuro.

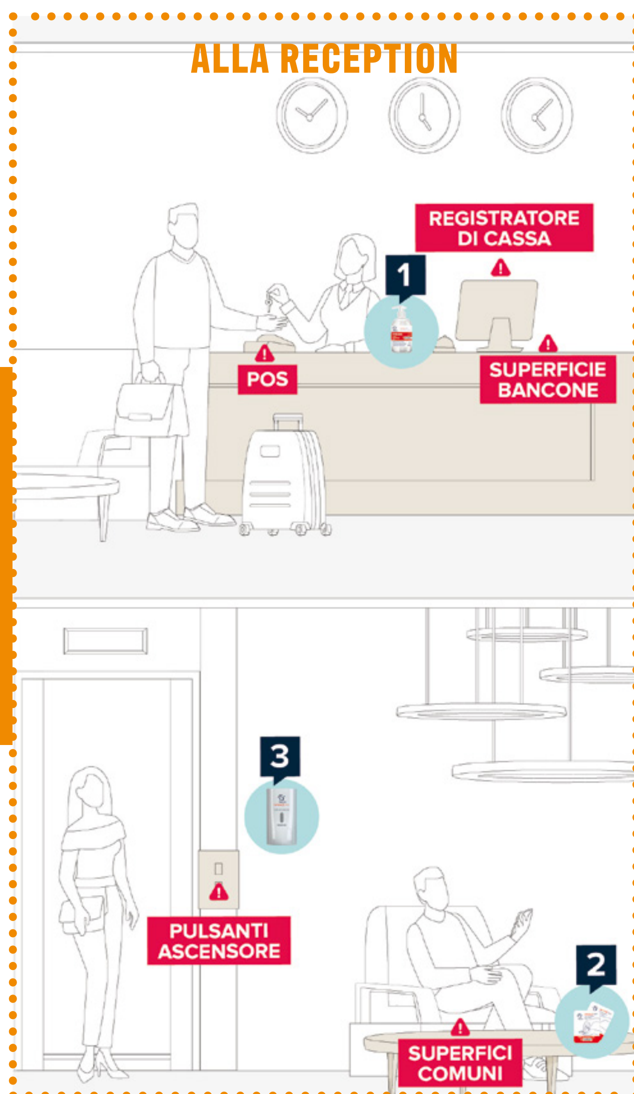
Se l'igiene è fondamentale negli accessi comuni e nelle stanze, lo diventa ancora di più nelle aree destinate al ristoro, dove il nuovo Fast&Clean assicura una perfetta pulizia delle superfici. Perfetto per tutti gli ambienti, quali bar, ristoranti, cucine, mense, uffici e ospedali, è un prodotto multiuso per qualsiasi superficie.

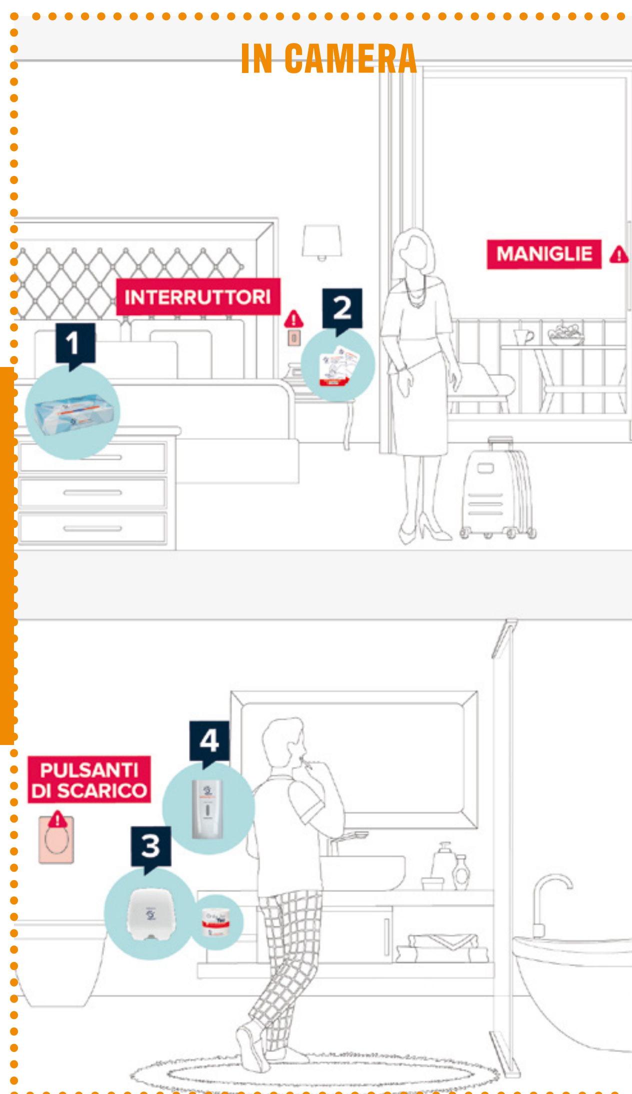
La gamma Ready Table migliora qualsiasi ambiente attraverso dispenser personalizzabili (in plastica antibatterica) e tovaglioli interfogliati, i cui formati e colori si abbinano facilmente allo stile e all'arredamento dei locali. Una linea di prodotti in grado di soddisfare qualsiasi bisogno: dalla necessità di avere minimi ingombri sul tavolo per ottimizzare gli spazi, all'esigenza di contenere molti servizi in un "piccolo grande dispenser".

In cucina, inoltre, la corretta igiene delle mani è fondamentale. I prodotti Defend Tech assicurano un alto livello di protezione e sicurezza. Il sapone antimicrobico, in particolare, garantisce una profonda azione igienizzante, mentre gli asciugamani in carta sono arricchiti con una formula antibatterica che li rende ideali per prolungare l'azione batteriostatica durante l'asciugatura delle mani. Come dimostrato e sostenuto da numerosi studi e fonti autorevoli, infatti, gli asciugamani in carta rappresentano la migliore soluzione per ridurre la proliferazione di germi e batteri.

La pulizia delle superfici rappresenta un tema altrettanto significativo: in cucina è fondamentale mantenere l'ambiente pulito e ordinato: per questo, i rotoli a devolgimento centrale Papernet, idonei anche al contatto alimentare, rappresentano uno strumento efficace per garantire l'igiene degli spazi di lavoro. cod 80316

Sofidel
via Giuseppe Lazzareschi 23 - 55016
Porcari (Lu) - Tel 0583 2681
www.sofidel.it





FUSIONE CHS-VALUER
NUOVO POLO PER LE ATTREZZATURE DELL'OSPITALITÀ E DEL CLEANING


Carlo Scalabrini

Un traguardo strategico, raggiunto in un momento delicato quanto importante in vista della ripartenza. Chs Group si è fuso con Valuer, rafforzando la sua presenza come leader per le attrezzature dell'ospitalità e del cleaning. Valuer è entrata a far parte di Ecf, il gruppo internazionale da 450 milioni di fatturato che opera in 20 Paesi con 80mila clienti, che nel 2019 aveva già acquisito Chs.

Chs Group, guidato da **Carlo Scalabrini**, ha inglobato Valuer rafforzando così il segmento Hospitality & Care con un unico marchio per la piattaforma distributiva, che amplia l'offerta al settore del Cleaning. «Ancora una volta stiamo effettuando un'operazione di consolidamento tra aziende che hanno culture simili - ha commentato **Christophe Alaux**, presidente di Ecf Group - è l'occasione per creare un movimento di convergenza di brand essenziali e in ogni Paese quello con più notorietà sta progressivamente diventando il brand omnichannel del gruppo».

Un grande polo di riferimento per i professionisti della ristorazione

Da ben 28 anni Vauler distribuisce stoviglie monouso, prodotti per l'igiene e materiali di consumo. La realtà ha sede a Bologna e può vantare una forte presenza nei mercati del foodservice e del take-



away, che rifornisce con un'ampia gamma di private label di detergenza di alto profilo, disponibili anche sul canale e-commerce.

Attraverso la riorganizzazione delle operazioni di Ecf Group in Italia, Chs diventa leader nazionale nella distribuzione di attrezzature per alberghi, ristoranti e comunità. La nuova realtà, frutto dell'assorbimento di Valuer, avrà una sede a Milano, due poli logistici (a Milano e Bologna), 8 showroom (di cui uno a Roma in apertura nel 2022) e un sito e-commerce dedicato. «La fusione di Chs e Valuer è un grande progetto per i professionisti della ristorazione e per il team di Ecf Group - afferma Carlo Scalabrini, fondatore di Chs - le nostre gamme di prodotto e i servizi che possiamo offrire saranno in grado di coprire al meglio tutte le esigenze del mercato. Le nostre location e la nostra strategia digitale sono in grado di soddisfare le nuove aspettative dei clienti e le sinergie previste rafforzeranno la nostra competitività sul mercato».

Ecf, il Gruppo internazionale da 450 milioni di fatturato che opera in 20 Paesi con 80mila clienti, ha acquisito l'azienda fondata da Alberto Valle, che Chs ha inglobato in una nuova realtà guidata da Carlo Scalabrini

Riassetto dei vertici aziendali e potenziamento dei servizi

A livello di governance, la nuova società sarà guidata da Carlo Scalabrini, attuale country manager di Chs, che ricoprirà il ruolo di amministratore delegato di Ecf Group in Italia e quello di ceo di Chs. A sua volta, **Alberto Valle**, fondatore di Valuer, diventerà deputy ceo & general manager di Chs. Per supportare tutte le necessità, sono a disposizione dei clienti le migliori strutture logistiche, un call center, il canale di e-commerce, consulenti sul territorio e una supply chain ricettiva e sempre pronta a rispondere alle esigenze dell'utenza.

«Con la nuova squadra - rimarca Carlo Scalabrini - vogliamo supportare, insieme ai nostri prodotti e servizi, il tessuto economico nella fase della ripartenza. Valuer e Chs sono due aziende con molti valori in comune e grazie alla fusione, che perfezioneremo entro l'anno, i nostri collaboratori possono offrire la più ampia gamma di prodotti per l'asporto, con diverse soluzioni e un'ampia gamma di servizi per i clienti, in modo da supportarli al meglio».

Ripartenza con slancio dopo le difficoltà dovute alla pandemia

Chs riparte dunque più forte, grazie anche alla ripresa del settore che ha permesso alle realtà del gruppo di mettersi alle spalle il periodo della pandemia con risultati molto buoni dal punto di vista operativo. «Non abbiamo solo contenuto i danni - conclude Scalabrini - ma siamo cresciuti sia a livello dimensionale sia in termini di fatturato. Andremo a chiudere il bilancio 2021 in linea con il 2019, grazie all'impegno e al lavoro portato avanti da ogni singolo collaboratore, ma abbiamo anche una buona percentuale di back order, dovuto alla mancanza di materia prima, a testimonianza di come abbiamo lavorato in maniera capillare sui nostri clienti. La nuova rete commerciale che andremo a sviluppare e le sfide che ci attendono nei prossimi anni sono indubbiamente un grande stimolo per tutti noi». cod 79960

Chs Group
via Marzabotto 16 - 26015 Soresina (Cr) - Tel 0374 340513
www.chsgroup.it

Alberto Valle



DAL LAVORO E DALLA PASSIONE NASCE L'ECCELLENZA DEL PARMIGIANO REGGIANO



di ***Giorgio Lazzari***

La visita ad un caseificio che produce Parmigiano Reggiano è un'esperienza unica, che mostra tutta l'artigianalità e la genuinità della Dop regina dei formaggi in tutto il mondo, con 4 milioni di forme prodotte ogni anno, delle quali il 44% viene venduto all'estero. Gli ingredienti utilizzati per produrre il Parmigiano Reggiano sono solo tre: latte crudo ricco naturalmente di fermenti lattici, sale e caglio di vitello. Durante il ciclo produttivo è vietato l'uso di qualsiasi additivo e di starter batterici selezionati. La Dop del Parmigiano Reggiano conta 2.600 allevamenti e 300 caseifici. Vediamo nel dettaglio come avviene la produzione in un'azienda aderente al Consorzio.

L'azienda agricola Ciaolatte, certificata biologica dal 1998, sorge sulle prime colline parmensi ed è gestita dalla famiglia Peveri, impegnata nel garantire l'intera filiera produttiva, dalla terra alla tavola. In azienda la giornata parte prima dell'alba con la gestione degli allevamenti, la mungitura e la raccolta del latte che viene conferito al caseificio di proprietà. Per ogni forma, che finita pesa circa 40 kg, servono 550 litri di latte, oltre a caglio e sieroinnesto, uno starter naturale costituito da una flora lattica che si rigenera giorno dopo giorno.

Le fasi più delicate sono la spinatura e la cottura della cagliata in caldaie di rame, dove è fondamentale il lavoro manuale del casaro, che valuta la giusta consistenza del prodotto. Il latte coagula in una decina di minuti, la cagliata viene succesivamente scaldata fino a 56 gradi e poi fatta riposare per circa 50 minuti. Il composto si compatta e viene diviso in due parti, raccolto con una garza e inserito in fasce di plastica che forniscono la forma caratteristica, con il marchio del

Consorzio e i puntini sullo scalzo della forma con la famosa scritta Parmigiano Reggiano. L'indomani le forme vengono asciugate e immerse in salamoia con acqua e sale per 19 giorni, in modo da garantire la conservazione naturale. Il formaggio viene poi lasciato per un giorno ad una temperatura di circa 16 gradi, prima della successiva fase di stagionatura.

«Da fine anni '90 abbiamo puntato sul bio e oggi vantiamo la certificazione "Bio Suisse", che riguarda sia la produzione che il rispetto del benessere animale», commenta **Serena Peveri**, responsabile amministrativa e commerciale di Ciaolatte, che gestisce l'azienda insieme a papà Roberto, mamma Afra e i fratelli Dario e Filippo. «Oggi abbiamo 330 mucche in lattazione, che mungiamo due volte al giorno, alle 4.30 di mattina e 12 ore più tardi nel pomeriggio, su un totale di 550 capi. È un lavoro che comporta molti sacrifici, ma che allo stesso tempo regala enormi soddisfazioni».

Il disciplinare prevede a questo punto una stagionatura minima è di 12 mesi, ma è intorno ai 24 mesi che il Parmigiano Reggiano raggiunge la maturazione adatta ad esprimere le sue caratteristiche tipiche. Grazie all'azione degli enzimi liberati dai batteri lattici, le proteine vengono scomposte in pezzi più piccoli, in peptidi e in aminoacidi liberi, mattoni base della catena proteica. Questa azione di scomposizione proteica (proteolisi) determina le proprietà strutturali e sensoriali del Parmigiano Reggiano e la sua alta digeribilità.

Le diverse stagionature, che possono anche superare i 48 mesi, regalano sensazioni aromatiche differenti e lo rendono particolarmente versatile in cucina.

- **Dai 12 ai 19 mesi** troviamo un prodotto delicato che vanta sentori di latte fresco, yogurt, burro, accompagnati da note vegetali di erba e verdura lessa e con un sapore dolce e acidulo.
- **La stagionatura dai 20 ai 26 mesi** origina un prodotto armonico, che esprime al palato un buon equilibrio tra il sapore dolce e salato, con note di burro fuso e di frutta fresca come banana e ananas per un formaggio friabile e granuloso.
- **Dai 27 ai 34 mesi** la Dop diventa aromatica con sentori di frutta secca, aroma di brodo di carne e spezie come la noce moscata. La scaglia si presenta solubile, molto friabile, e asciutta.
- **La stagionatura dai 35 ai 45 mesi** vanta invece un'elevata intensità olfattiva e spiccano sentori di spezie e di affumicato con un colore giallo intenso che tende all'ambrato e cristalli di tirosina molto ben visibili. ➡





Aperitivo all'italiana: i cocktail di Bruno Vanzan con il Parmigiano Reggiano

Il Parmigiano Reggiano è un formaggio che vanta un ampio utilizzo in cucina. Grazie alle sue caratteristiche può garantire un valore aggiunto in moltissime ricette, dagli antipasti ai secondi piatti. Ma la Dop realizzata con un procedimento artigianale senza l'uso di additivi o conservanti ha rappresentato anche l'ispirazione per i nuovi cocktail del barman **Bruno Vanzan**, famoso a livello mondiale e vincitore di numerosi premi e riconoscimenti internazionali.

Il Consorzio del Parmigiano Reggiano ha creato, in collaborazione con APR, Associazione Assaggiatori Parmigiano Reggiano, il format "Parmelier", un progetto itinerante con l'obiettivo di permettere agli amanti della famosa Denominazione di origine protetta di partecipare in varie città italiane sia a serate di

Parmigiano Reggiano protagonista di un film diretto da Paolo Genovese

Porta la firma del regista Paolo Genovese il mediometraggio intitolato "Gli Amigos" (Akita Film) con Stefano Fresi, Niccolò Gentili, Barbara Venturato, Francesco Gaudiello, Elena Funari e Marianne Leoni, che racconta un viaggio nel territorio di origine e produzione del formaggio Parmigiano Reggiano. Ecco la trama. Una scuola di cucina viene invitata a partecipare ad una gara per aggiudicarsi uno stage presso il ristorante dello chef pluristellato Massimo Bottura. La vera sfida è che tutti devono utilizzare lo stesso ingrediente in ogni ricetta: il Parmigiano Reggiano. Da qui inizia un viaggio alla scoperta dei valori e dei segreti di questo prodotto straordinario, delle relazioni e dei sogni della giovane squadra di chef che animano questa storia appassionante. Stefano Fresi, il maestro della scuola di cucina, farà loro da guida e da mentore in questo viaggio dalle molteplici scoperte.

Tutto quello che mangiamo porta con sé un valore che va protetto, custodito, tramandato. È quel valore che anche un gruppo di ragazzi, di amici - perché in viaggio i legami si solidificano, l'esperienza diviene un momento di condivisione - ha deciso di scoprire e di raccontare.

«Il Parmigiano Reggiano - ha commentato **Nicola Bertinelli**, presidente del Consorzio Parmigiano Reggiano - ha così tante storie da raccontare che la comunicazione tradizionale (gli spot in tv, la radio, il web) non ci basta più. L'anno scorso abbiamo lanciato **www.scaglie.it**, un portale che racconta i valori e il territorio di produzione, e quest'anno siamo andati oltre con un mediometraggio. Il racconto di aspiranti chef che visitano il territorio scoprendo sé stessi e l'universo Parmigiano Reggiano che è fatto di 300 caseifici, 2.600 allevamenti, 50mila persone che ogni giorno lavorano per trasformare il latte nel formaggio più amato nel mondo. Un'operazione di produzione e pianificazione che nessuna marca ha provato fino ad ora».

Il film è stato trasmesso lo scorso 18 settembre su Rai1 ed è pubblicato sul sito del Consorzio: **www.parmigianoreggiano.it**. Dal film sono stati estratti sei spot in programmazione sulle reti Rai, Mediaset e La7. cod 79905





degustazioni guidate in abbinamento con altri prodotti, sia a veri e propri corsi di assaggio per apprezzare e godere appieno le varie sfaccettature del Parmigiano Reggiano nelle sue declinazioni di stagionatura e biodiversità. Proprio a Parma il barman Bruno Vanzan ha mostrato come il Parmigiano Reggiano sia un prodotto utilizzato nella maggior parte degli aperitivi. Ha inoltre ideato tre diversi cocktail guarniti con cialde realizzate con il formaggio Dop, compreso un analcolico prodotto esclusivamente per l'occasione.

«Il Parmigiano Reggiano - spiega Vanzan - è un prodotto eccezionale, che viene sempre più utilizzato per i momenti di convivialità prima di cena. Per rendere onore alla Dop ho reinterpretato l'aperitivo all'italiana, creando due ricette a base di Vermouth, di Bitter ma anche di prodotti innovativi come nettari che richiamano un po' quella che era l'ambrosia bevuta dai romani e dai greci per preparare l'organismo alla digestione del cibo. Per la prima ricetta, l'Americano alla Violetta, ho utilizzato Bitter Marendry, Nettare Viola, angostura e acqua tonica premium, con una guarnizione di amarena e twist di limone, che viene accompagnata al Parmigiano Reggiano 18 mesi fresco e morbido, con una friabilità ancora poco accentuata per la sua bassa stagionatura che dona una degustazione dolce e acida allo stesso tempo».

«Il secondo cocktail, Parmisan Negroni, è corposo e deciso - prosegue Vanzan - un twist sul classico Negroni dove i dosaggi sono rivisti in favore del bitter e del Vermouth, dove sono andato a sostituire il Gin con il Rum. Il distillato dona delle note più legnose e speziate, che incontrano perfettamente gli aromi di frutta secca della cialda di Parmigiano Reggiano 24 mesi. Tutti i sapori e gli aromi di questa particolare Dop si concentrano creando una cialda croccante sapida e gustosa, che si assaggia prima di assaporare il drink, capace di scatenare un tripudio di aromi. L'aperitivo è un momento molto importante e consiglio di scegliere cocktail che preparino l'organismo alla digestione della cena».

Gli eventi organizzati dal Consorzio del Parmigiano Reggiano sul territorio con il format Parmelier hanno raccolto un grande successo di pubblico. Assaggiando un pezzo di Parmigiano Reggiano si scoprono una complessità di profumi, aromi e sapori dovuti a diversi fattori, tra i quali l'alimentazione delle bovine, la tecnologia di lavorazione del latte, le differenti aree all'interno della zona di produzione, la varietà di razze bovine ma anche e soprattutto i lunghi tempi di stagionatura. Questo comporta una diversità di profili sensoriali tra i vari formaggi Parmigiano Reggiano prodotti dagli oltre 300 caseifici, sempre nel rispetto del disciplinare della Dop.

cod 80504

Per informazioni:

www.parmigianoreggiano.com





NELLA MOZZARELLA TREVALLI TUTTA LA BONTÀ DEL LATTE DEI MONTI SIBILLINI

Da oltre 60 anni TreValli Cooperlat è vicina ai propri consumatori, forte delle proprie radici e dei valori cooperativi, perseguendo con attenzione e professionalità una cultura in cui si coniugano innovazione di prodotto e rispetto delle tradizioni. Tradizione, territorio, qualità e innovazione rappresentano i pilastri sui quali si fondano la filosofia e la vision dell'azienda.

In questo contesto nasce presso lo stabilimento di Amandola (Fm), nel cuore del Parco Nazionale dei Monti Sibillini, la Mozzarella Fiordilatte TreValli Bontà del Parco Stg (Specialità tradizionale garantita), realizzata con latte esclusivamente 100% italiano. È un prodotto che racchiude un patrimonio di tipicità e genuinità, tramandato nei secoli dai contadini locali, ottenuto secondo un processo di lavorazione tradizionale da latte vaccino intero fresco e con l'impiego di un latteinnesto naturale autoctono preparato esclusivamente con latte crudo selezionato proveniente dall'area dei Monti Sibillini.

La Mozzarella Fiordilatte TreValli Bontà del Parco Stg è realizzata con latte 100% italiano. Racchiude un patrimonio di tipicità e genuinità tramandato dai contadini locali secondo un processo di lavorazione tradizionale

La Mozzarella Fiordilatte Stg fa parte della linea di formaggi freschi a pasta filata "TreValli Bontà del Parco", realizzata esclusivamente con latte 100% italiano e che comprende, oltre alla mozzarella (ovoline, nodini fatti a mano, bocconcini), anche burrata e stracciatella.

La linea Bontà del Parco racchiude in sé tutte le sfumature del territorio in cui nasce e le esprime appieno con il suo sapore autentico. La gamma è completa per i diversi target di riferimento ed è composta da formati da libero servizio, take-away, gastronomia e food service.

«Con questo progetto - spiega **Andrea Alfieri**, responsabile marketing di TreValli Cooperlat - intendiamo senz'altro rafforzare il legame con il nostro territorio, ma nel contempo approcciare altri mercati, non solo a livello nazionale, ma anche e soprattutto internazionale, per portare oltre i confini l'eccellenza e la tradizione dell'italianità». cod 79992

TreValli Cooperlat
via Piandelmedico 74 - 60035 Jesi (An) - Tel 0731 2381
www.hoplatrevalliprofessional.it

ASIAGO DOP FRESCO E STAGIONATO SEMPLICEMENTE UNICO

Ogni forma di Asiago Dop è unica, espressione dello stretto legame col territorio d'origine. Può essere gustato in un'infinita varietà di sapori e profumi: una ricchezza che valorizza la creatività dello chef



Asiago Dop Fresco: stagionatura di almeno 20 giorni

Tradizione e innovazione sono le due anime di Asiago Dop. Prodotto esclusivamente in quattro province: Vicenza, Trento e una parte di Padova e Treviso, il formaggio Asiago deve il suo nome all'Altopiano di Asiago e alla tradizione casearia millenaria che questa denominazione d'origine protetta preserva e diffonde in tutto il mondo. Ogni forma è unica, espressione dello stretto legame col territorio. Fattori naturali come l'ambiente geografico, il clima e la vegetazione uniti alle tecniche di produzione tramandate nel tempo consentono di realizzare un prodotto inimitabile. È così che, pur seguendo lo stesso rigido disciplinare di produzione, Asiago Dop può essere gustato in un'infinita varietà di sapori e profumi che esprimono la personalità del produttore, le caratteristiche del latte, la stagione.

Una ricchezza che esalta l'essenza di questo formaggio, frutto di un rigoroso processo produttivo e di un'altissima ricerca qualitativa, e valorizza la creatività dello chef. Piatti della tradizione o innovativi, panini gourmet, composizioni fredde o insalate trovano in Asiago Dop un prezioso alleato. Dal ricco e profumato Asiago Dop Fresco, a latte intero, stagionato dai 20 ai 40 giorni, all'Asiago Dop Fresco Riserva, con oltre 40 giorni di stagionatura. Altra tipologia di grande versatilità è quella dell'Asiago Dop Stagionato, a latte parzialmente scremato, nelle stagionature Mezzano (da 4 a 10 mesi di maturazione), Vecchio (da 10 a 15 mesi), e Stravecchio (oltre i 15 mesi).

Ogni diversa tipologia di Asiago Dop ha un suo posto in cucina. Impiegato a scaglie o tocchetti, per un aperitivo di qualità, grattugiato, per un sapore distintivo, inserito come ingrediente sano e naturale di gustosi primi piatti e secondi innovativi, il formaggio Asiago Dop può essere anche un'ottima proposta per i clienti vegetariani scegliendo la tipologia a caglio vegetale, recentemente introdotta dal nuovo disciplinare di produzione, che si collega all'antica tradizione casearia. cod 80102

Per informazioni: **www.asiagocheese.it**

Asiago Dop Stagionato: stagionatura minima di 90 giorni









MEZZO SECOLO DI GIROLOMONI NUOVA IMMAGINE, VALORI DI SEMPRE

La cooperativa marchigiana Gino Girolomoni, realtà di spicco nel settore del biologico e in particolare nella produzione e commercializzazione della pasta, raggiunge questa importante ricorrenza con una immagine rinnovata, che riattualizza i valori di sempre in una nuova visione e identità, in un nuovo pack sostenibile e in un linguaggio contemporaneo. «La nostra storia inizia da un sogno - dice **Giovanni Battista Girolomoni**, presidente della cooperativa e figlio del fondatore Gino - il sogno di mio padre, pioniere del biologico in Italia, attivista, intellettuale, saggista ma, più di ogni altra cosa, contadino. La sua intera vita è stata dedicata a una visione: restituire dignità alla terra e ai suoi guardiani, i contadini appunto. A 50 anni dall'inizio di questo progetto, vogliamo ribadire che il suo impegno è ancora il nostro, oggi e per il futuro».

Ed è proprio "Dignità alla terra!" il nuovo pay-off del brand che sancisce in questo modo visione, obiettivo e missione dell'impresa, anche per il futuro; l'im-

magine del fondatore e l'icona del monastero di Montebello, luogo simbolo della storia Girolomoni, continuano a identificare i prodotti e a raccontare l'impegno per una filiera integrata 100% biologica. Il grano viene infatti coltivato nell'area di Isola del Piano, dove ha sede la cooperativa, e in circa 400 aziende agricole italiane (di cui il 76% marchigiane), viene macinato nel molino di proprietà, diventa semola che viene impastata con l'acqua di collina nel pastificio adiacente e si trasforma in pasta venduta in tutto il mondo. Tutto questo nel rispetto dei valori fondanti dell'impresa: l'equo cooperare, la salvaguardia della biodiversità, la buona pasta che preserva al massimo il gusto, il profumo e i nutrienti dei grani.

Un impegno che non si esaurisce nella produzione, ma si estende fino a diventare accoglienza, con un agriturismo e una locanda, fattoria didattica per la divulgazione e l'incontro ed infine una Fondazione per nutrire l'aspetto culturale: un ecosistema integrato costruito intorno al credo Girolomoni.

Il packaging rappresenta l'ultimo anello di una intera filiera virtuosa e


Giovanni Battista Girolomoni



sostenibile. «Ci siamo interrogati a lungo su quale fosse la soluzione di confezionamento ideale per "chiudere il cerchio" - sottolinea Girolomoni - gestendo direttamente anche questo passaggio nella maniera meno impattante possibile. Abbiamo scelto la carta». La cooperativa ha compiuto un lungo percorso puntando al 100% di materiale riciclabile ed evitando soluzioni magari più facili e convenienti, ma non ottimali dal punto di vista ecologico.

Due tipi di confezionamento sono stati scelti per le 2 linee di prodotto principali:

- per la linea **Grano Duro**, la gamma accessibile, una bobina 100% carta da foreste gestite in maniera responsabile - certificato classe A Aticelca. Gli inchiostri di stampa sono a base acqua e le lacche termosaldanti sono a base acqua e prive di solventi;

- per i **Grani Antichi**, la gamma più preziosa, è stato scelto un sacchetto in 100% carta riciclabile da foreste gestite in maniera responsabile, con finestra separabile in pellicola di cellulosa, differenziabile nell'umido. La finestra, applicata a registro per evitare sprechi, valorizza la grana e il colore delle paste Girolomoni da grani antichi, rendendo giustizia alla ricchezza di sfumature dei prodotti.

Per la Girolomoni "il sapore viene dal grano", per questo ogni passaggio produttivo (solo grano biologico italiano, semola non stressata, essiccazione lenta e pressatura delicata dell'impasto) mira a preservare al massimo il gusto, il profumo e i nutrienti dei grani. La nuova confezione restituisce questa ricchezza, descrivendo la qualità del grano e le proprietà della pasta: tenacità, sapore, profumo e carattere. Non a caso sul retro del nuovo packaging è stata inserita una scheda contenente indicazioni su sentori e gusto, perché oltre che salutare la pasta Girolomoni è anche e soprattutto buona.

Con un team di degustatori, Girolomoni ha infatti condotto un'analisi specifica delle caratteristiche organolettiche: qualità che saranno d'ispirazione agli chef e a tutti i creativi del gusto. Tra qualche mese sarà online il nuovo sito www.girolomoni.it con stuzzicanti ricette, studiate appositamente per esaltare a tavola le peculiarità di ogni tipologia di pasta Girolomoni. cod 79724

Gino Girolomoni Cooperativa Agricola
via Strada delle Valli 21 - 61030 Isola del Piano (Pu) - Tel 0721 720221
www.girolomoni.it



The Whynery Journal insieme a Italia a Tavola va alla ricerca delle Maestrie italiane del food & beverage, interagendo con trasformatori, produttori o tecnici del settore, accostandoli e miscelandoli con arte, architettura, cinematografia, teatro, fotografia, pittura e molto altro.

I MAESTRI RACCONTANO...

L'ARTE PASTAIA ITALIANA OGGI ATTENTA ALLA SOSTENIBILITÀ



di ***Fabio Di Pietro***

Un piatto di pasta fa "casa". Chi può dire di no? La nostra storia di italiani è talmente collegata a questo prodotto che è diventato il simbolo del Made in Italy nel mondo per eccellenza. Addirittura, per risalire al primo pastificio dobbiamo viaggiare indietro nel tempo fino a quasi il 200 a.C. nell'Antica Roma, dove Marco Gavio Apicio, considerato uno dei padri della cultura gastronomica, diede la prima testimonianza della pasta nel suo De Re Coquinaria. In epoca medievale nacque poi il concetto moderno di pasta come oggi lo conosciamo: la cottura in acqua e i formati corti e lavorati fecero esplodere e divulgare i primi empori di produzione e di rivendita. I pastifici proliferarono da nord a sud (in Sicilia si diffuse la cultura della pasta lunga a lenta essiccazione), mentre nel centro-nord Italia, per la presenza d'imponenti allevamenti di animali da cortile e di caseifici, si affermò la cultura della pasta all'uovo e ripiena.

I pastifici, manuali fino all'arrivo della prima meccanizzazione del toscano Buitoni nel 1827, diventarono poi nei secoli una vera e propria manifestazione di identità del territorio di cui facevano parte: la pasta al ferretto tipica dei luoghi dove la lavorazione a maglia era un must; la ripiena e all'uovo dove abbondava la cultura contadina e di auto sussistenza con il concetto della "corte" come modello di economia sociale; la lunga per poter ancora meglio essere mangiata con le mani nelle zone più povere... Sì, perché pochi sanno che la pasta divenne "cibo per ricchi" solo in epoca recente, mentre prima era consumata con le mani agli angoli delle strade, venduta da ambulan-

ti che inondavano i rioni con pentoloni fumanti. Perché arrivò solo in un secondo momento sulla tavola delle famiglie più abbienti? Non per una questione di costo, ma per la diffidenza a mangiare un cibo poco facile da gestire con le mani, senza l'invenzione di uno strumento fondamentale: la forchetta.

Dopo la scoperta delle Americhe e con la conseguente apertura dei mercati verso il Nuovo Mondo, venne introdotto un elemento che risultò essere il perfetto abbinamento: il pomodoro. Questo connubio fece diventare la pasta un prodotto iconico nel mondo.

La cultura della pasta si è diffusa così tanto che oggi la differenza fra pastificio e pastificio non è nella ricetta o nella qualità delle materie prime (caratteristica che dovrebbe essere scontata, anche se non esiste ancora ad oggi un vero disciplinare che regolamenta le connotazioni della pasta made in Italy), ma nella ricerca di valori di ecosostenibilità ambientale, di valorizzazione territoriale e di tutela della filiera. Questi tre valori emergono in due esempi di realtà ecosostenibili nel sud Italia, che hanno fatto di quest'Arte una ragione di vita.

Mastro Sapore, solo i migliori grani duri di Puglia

In Puglia, uno dei migliori territori per la coltivazione del grano del Paese, abbiamo conosciuto Mastro Sapore. È un'azienda focalizzata sulla valorizzazione territoriale ed è diventata un esempio virtuoso. «Innamorarci della pasta è stata l'esperienza più bella che potesse capitarci», dice la nuova generazione a capo dell'azienda. «Alla sua produzione, rigorosamente artigianale, dedichiamo tutto il nostro tempo. E ce ne mettiamo tanto per farla così buona! Selezioniamo scrupolosamente solo i migliori grani duri di Puglia. Impastiamo la semola purissima



con acqua fresca, la trafiliamo al bronzo e, infine, aspettiamo il tempo che ci vuole per essiccarla dolcemente».

Molino Lorusso, essiccazione lenta per preservare il sapore autentico

In Calabria invece Molino Lorusso, realtà a conduzione familiare, porta al centro della produzione alcuni principi, come ci spiega il titolare Bonaventura: «Il raggiungimento della qualità non è mai un punto di arrivo, ma un percorso in continua evoluzione. Il percorso inizia da un'accurata selezione delle materie prime, che privilegia sempre il km zero, raggiungendo il duplice scopo di valorizzare le realtà locali. Viene prodotto un solo formato di pasta alla volta. L'essiccazione, estremamente dolce, permette di far evaporare lentamente l'acqua senza bruciare la pasta, in modo da preservare il sapore autentico della semola e di non avere una produzione intensiva che potrebbe impattare sull'ambiente».

La fortuna di potere giorno per giorno visitare il Paese e conoscere la sua storia, attraverso aziende che esprimono valori gastrosofici importanti come quelle sopra citate, è una bellezza che non arriverà mai a saturarci del tutto gli occhi e il cuore, spingendoci a ricercare ogni giorno nuovi produttori e Maestri artigiani che rincorrono il sogno di un mondo più sostenibile alimentato dal proprio lavoro quotidiano. In Carboidrati We Trust! cod 80276



POCHE CALORIE E TANTO GUSTO: TUTTI AMANO LA PINSA ROMANA NUVOLA!

LA MIA PINSA ROMANA, L'ORIGINALE, LAVORATA A MANO!
Corrado Di Marco
PINSA
ROMANA
La base ideale da farcire a piacere con gli ingredienti che ami di più!
Nuvola
L'ORIGINALE PINSA ROMANA
72 ORE DI LIEVITAZIONE
con Pasta Madre



L'impasto della Pinsa Nuvola è preparato con farina di frumento tipo 0, acqua, pasta acida di frumento, farina di riso, farina di soia, olio extravergine di oliva, sale, lievito, senza alcun conservante aggiunto

Ha circa metà calorie di una pizza e un'elevata digeribilità. Nata nel 2001, la Pinsa Romana sta diventando il prodotto più apprezzato del momento. Secondo i dati di Nielsen, lo scorso anno le vendite in Italia sono quasi triplicate, inoltre sono oltre 7mila le Pinserie in tutto il mondo.

Questo successo lo si deve a Corrado Di Marco, che nel 2001 ha inventato la vera Pinsa Romana. Si tratta di una rivoluzione del gusto! Grazie alla grande esperienza nella panificazione e alla costante curiosità, Corrado Di Marco ha creato un mix speciale di farine e Pasta Madre. L'obiettivo era realizzare un prodotto fragrante e altamente digeribile. La leggerezza, garantita dall'assenza di grassi e zuccheri, ha in breve tempo convinto tutti.

La grande novità è che è arrivata nel canale Gdo "Nuvola", la base per realizzare la Pinsa Romana originale prodotta da Di Marco con la stessa qualità che si può trovare in pinseria.

Dal caratteristico profumo di pane antico, le basi Nuvola sono lavorate in modo artigianale dagli esperti pinsaioli Di Marco che le stendono con cura una per una. L'impasto, che contiene un'altissima percentuale di acqua, è realizzato con un mix di farine di frumento, soia e riso, acqua, pasta acida, olio extravergine di oliva, sale, lievito, senza alcun conservante aggiunto.

Questo garantisce un'elevata digeribilità e una Pinsa dalla cornice croccante con un interno decisamente soffice. Dopo la lavorazione a mano, le basi di Nuvola, che contengono Pasta Madre, vengono lasciate lievitare per ben 72 ore e poi confezionate in atmosfera modificata.

La preparazione di Nuvola è molto semplice: è sufficiente preriscaldare il forno alla temperatura di 250 gradi, farcire a piacere e cuocere in forno per 5-6 minuti. Il risultato sarà una Pinsa perfetta, sfiziosa e leggera.

Disponibile nella confezione da 1 o 2 pezzi (230 o 460 grammi). Si conserva in frigorifero, pronta per essere condita con gli ingredienti preferiti, infornata e degustata per un pranzo o una cena nel segno del gusto e della croccantezza.

cod 79967

Di Marco
via Monte Nero 1/3 - 00012 Colleverde (Rm)
Tel 0774 572804 - **www.nuvolapinsa.com**

SCROCCHIARELLA

SOLUZIONE DI QUALITÀ PER OGNI OCCASIONE



foto: Phototecnica.it

Perché sceglierla

- sempre pronta
- facile da preparare
- ideale per take-away e delivery

Caratteristiche organolettiche

- fragrante
- leggera
- digeribile

Varietà di formati

- Ideali da condividere: 55 x 25, 55 x 30, 40 x 30
- Monoporzione: 12 x 28
- Tonda 31 - Tonda 25 - Tonda 48
- Sandwich pre-tagliata

Studiata su misura per l'operatore del mondo Horeca e Foodservice di oggi, la linea Scrocchiarella Frozen di AB Italmill racchiude tutte le caratteristiche di un prodotto di altissima qualità come appena preparato. Già leader di mercato nella produzione di lievito naturale madre e farine professionali per pizza, l'azienda ha coniugato il know-how e l'esperienza in un prodotto unico dal gusto inconfondibile. Grazie al lievito naturale madre, infatti, il prodotto risulta più leggero, più croccante e più digeribile.

Le basi della linea Frozen sono preparate con farine selezionate, lievito naturale madre e gli stessi ingredienti di altissima qualità utilizzati per l'impasto tradizionale: olio extravergine di oliva 100% italiano "t.o.p." (tracciabilità origine prodotto) dell'Azienda Coppini Arte Olearia di Parma e PreSal, sale marino con iodio protetto, che resiste alla cottura.

Artigianale nei processi

Scrocchiarella rispetta il "saper fare" dell'artigianalità nella lunga lievitazione e nella stesura a mano.

Pronta in pochi passaggi

Ideale per la preparazione di pizze e focacce di qualità in pochi passaggi. Basta estrarla dal freezer, farcirla a piacere senza necessità di scongelamento e cuocerla in forno per pochi minuti.

Cambia la tua offerta

Con Scrocchiarella puoi cambiare la tua proposta ad ogni ora con la certezza di offrire sempre un prodotto stuzzicante e di alta qualità come vuole il cliente. Agevola infatti l'organizzazione del lavoro e si presta a molteplici occasioni di consumo: colazione salata, pausa pranzo, aperitivo, cena. cod 80198

Divisione AB Italmill
via San Pietro 19/A - 25033 Cologne (Bs) - Tel 030 7058711
abitalmill@abmauri.com




BAROLO
D.O.C.G.



RESTYLING PER MOLINI VALENTE MA CON LA QUALITÀ DI SEMPRE

L'attenta selezione dei grani è da sempre il punto di partenza per la produzione delle farine targate Molini Valente: una classificazione severa e puntuale che dà vita ad un'ampia gamma di farine professionali per tutti i settori dell'arte bianca. Qualità invariata, ma più referenze in una nuova veste grafica per le farine dello storico molino piemontese: restyling del pack per diversificare in modo immediato le varie destinazioni d'uso di ciascuna farina.

Il restyling ha coinvolto l'intera immagine coordinata di Molini Valente che, forte dei suoi oltre 150 anni di storia, rinnova oggi il proprio volto dotandosi di nuovo logo, sito internet e catalogo. Ed è con un ossimoro, "Farine moderne dal 1854", che l'azienda definisce il messaggio che da sempre la contraddistingue: esperienza, passione per la sperimentazione e la progettualità, investimento continuo nelle tecnologie al servizio delle farine, grande rispetto per l'ambiente e per il prodotto.

Le diverse linee di farine Molini Valente nascono da una ricerca costante

Da sempre un solo unico ingrediente, il grano, ma studiato, selezionato e lavorato con metodi sempre attuali, innovativi e rispettosi. Da questa continua ricerca, unitamente al know-how costantemente aggiornato, nascono le farine Molini Valente, oggi raggruppate in diverse linee:

- la **linea Pro** è dedicata alla panificazione contemporanea, prevalentemente caratterizzata da farine tipo 1, 2 e integrali con germe, e farine individuali, progettate per il singolo professionista che necessita di ricette personalizzate;
- la **linea Pizza**, con grano 100% italiano, risponde alle esigenze di professionisti pizzaioli che si distinguono sia nella pizza classica sia in quella contemporanea e creativa, con impasti innovativi;
- la **linea Pasticceria** è specifica per le creazioni dolci e salate (dalla frolla, al croissant, al grande lievitato);
- la **linea Pasta**, dall'ottima lavorabilità, con strutture scorrevoli, fini ed elastiche e ottima tenuta in cottura, è perfetta per uso manuale ma anche per impastatrici e trafilatrici.

Restyling anche per le linee Novelli, Piemolino e Vitala

Novità anche per la linea Novelli, dedicata alle classiche farine della tradizione, tipo 0 e 00, da sempre riconosciute per la loro ottima qualità, e per la Piemolino, che comprende farine di filiera, ottenute dalla macinazione di solo grano 100% italiano, privilegiando quello locale. Pensata per valorizzare le terre piemontesi, vocate alla coltivazione del grano







tenero, questa linea contribuisce a creare un'economia circolare virtuosa che porta ricadute positive per le comunità locali.

A completamento dell'offerta Molini Valente, anche la linea Vitala, gamma completa a base di farina tipo 2, frutto di un innovativo processo di macinazione che permette di conservare tutti i principi nutrizionali contenuti nel chicco, germe e parti cruscali. Componenti della linea Vitala sono inoltre i cereali minori - come farro, orzo, avena, riso, grano saraceno, segale - che Molini Valente macina e utilizza per le miscele Vitala+ e Vitala Zen, caratterizzata quest'ultima dalla presenza di erbe, alghe e spezie. Il denominatore comune di ogni linea è rappresentato da esperienza, ricerca, sostenibilità e garanzia della qualità, valori fondamentali per la famiglia Valente. L'invito è quello di provare le farine Molini Valente: sapranno valorizzare ogni produzione d'eccellenza.



Qualità, ricerca e sviluppo, sostenibilità

L'offerta Molini Valente comprende farine studiate e realizzate per rispondere concretamente alle esigenze professionali di panettieri, pasticceri, pizzaioli e pastai. Per garantire farine sicure e costanti vengono selezionate le varietà di grano più idonee ai diversi utilizzi, con strumentazioni sempre all'avanguardia. Nel molino e nei laboratori, tecnici altamente specializzati determinano le caratteristiche e la purezza dei grani, controllando in tempo reale tutte le fasi della produzione. Due selezionatrici ottiche analizzano ogni singolo chicco e scartano quelli con difetti, anche microscopici. Uno staff tecnico qualificato si occupa di ricerca e sviluppo nel moderno e attrezzato laboratorio di panificazione: collauda i prodotti finiti, valuta le attitudini alla trasformazione del grano di vecchie e nuove varietà, sperimenta e formula nuovi prodotti per rispondere alle esigenze in continuo divenire della clientela. Qui, esperti in campo alimentare e nel settore prodotti da forno si interfacciano quotidianamente con i clienti per offrire consulenza, condividere esperienze e cercare soluzioni alle varie esigenze.

Grande attenzione alla qualità, ma anche alla sostenibilità. Il raccordo ferroviario interno riceve il grano e riduce l'inquinamento e il traffico da trasporto su strada. L'azienda è certificata secondo il sistema di gestione ambientale 14001 e ISO 45001 e persegue il miglioramento costante di tutti gli aspetti che ruotano intorno al prodotto, per la salvaguardia del Pianeta e per un futuro migliore.

cod 79978

Molini Valente Spa
Regione Mulini 26 - 15023 Felizzano (Al) - Tel 0131 791680
www.molinivalente.it



MOLINO VIGEVANO

IL VERO SAPORE DEL GRANO È NEL GERME

In che modo conferire ai propri impasti quel tripudio di sapori e profumi da tempo dimenticati? La maestria e gli anni di esperienza trascorsi "con le mani in pasta" non bastano: puoi essere il professionista più capace, ma è la farina che comanda, e sono proprio i professionisti i primi a saperlo. Molino Vigevano è stato il primo molino, più di 20 anni fa, a studiare come recuperare e allo stesso tempo mantenere vitale la parte più importante del chicco, il germe di grano; questo viene definito per l'appunto "vitale" quando mantiene intatti e disponibili i suoi nutrienti, alimento naturale per eccellenza delle cellule del lievito e - da ultimo - dell'impasto.

Nonostante la sua importanza, tale elemento è stato abbandonato dalle farine moderne poiché troppo ricco di olio, e quindi eliminato per evitare la formazione di indesiderati fenomeni fermentativi e ossidativi, come lo sviluppo di odori e sapori sgradevoli. La sfida che Molino Vigevano ha quindi deciso di cogliere è stata duplice. La prima: stabilizzare il germe di grano, senza tostarlo e riducendo la percentuale di olio "colpevole" di danneggiare le caratteristiche reologiche della farina. La seconda: mantenere intatte tutte le componenti vitali che rendono il germe il miglior alleato per gli impasti.

Le farine Oro di Macina con Germe di Grano Vitale racchiudono il vero sapore del grano e sono ricche di vitamine e sali minerali. Sono il risultato del procedimento unico nel suo genere messo a punto da Molino Vigevano

La sfida è stata vinta realizzando una macchina e un procedimento unici nel loro genere. Tutto inizia preriscaldando, a basse temperature, i fiocchi di germe, fase necessaria per ridurre la percentuale di umidità; poi gli stessi passano attraverso un estrusore il quale, a temperature controllate, pressa i fiocchi di germe per estrarne l'olio in eccesso. Il germe quindi, una volta de-oleato, viene trasferito in una macina a pietra naturale, che lo trasforma in farina di germe vitale, pronto per essere inserito nuovamente nelle farine.

Da questo procedimento prendono vita le farine Oro di Macina con Germe di Grano Vitale, che racchiudono il vero sapore del grano, ricche di vitamine e sali minerali che fungono da ricostituenti naturali per le cellule del lievito, per una fermentazione più completa e controllata. cod 80236

Molino Vigevano
via dell'Artigianato 5 - 27020 Torre d'Isola (Pv) - Tel 0384 298479
www.molinovigevano.com





OSSERVATORIO CORDONS BLEUS

ARAGOSTA E ASTICE

VADEMECUM PER RICONOSCERE LA QUALITÀ E PER PREPARARLI AL MEGLIO



di ***Toni Sàrcina***
presidente Commanderie des Cordons Bleus Italia

Prosegue la nostra carrellata sul mondo ittico e non potevano mancare all'appello due dei protagonisti più appariscenti e spesso più ricercati dai gourmet: aragosta e astice. Si tratta dei crostacei di più grosse dimensioni, fra i più richiesti dal pubblico. Pur avendo in comune le caratteristiche di pulitura e cottura, aragosta e astice non sono della stessa famiglia: la polpa dell'aragosta è delicata e morbida (come quella degli scampi e delle canocchie); la polpa dell'astice è saporita ma più elastica e coriacea (come quella dei gamberi) e in più possiede due potenti chele la cui polpa rappresenta una delle parti più ambite del crostaceo stesso.

Iniziamo dalla regina dei crostacei, vero simbolo della cucina "ricca", quasi obbligatoria nei menu delle feste di Natale e Capodanno. L'aragosta è indubbiamente uno dei piatti più richiesti dalla clientela internazionale, si pesca in quasi tutti i mari del mondo con colorazioni e dimensioni diverse. La grande richiesta di questo crostaceo ne ha rarefatto negli anni la disponibilità minacciandone addirittura l'estinzione ma, recentemente, hanno preso avvio con successo alcuni impianti di allevamento che fanno sperare in una ripresa di riproduzione.

A seconda della zona di provenienza, le aragoste hanno caratteristiche peculiari, dimensioni e colori diversi; tuttavia, in generale, sul margine anteriore del carapace sono presenti due robuste corna frontali, più o meno ravvicinate, tra le quali sono disposti una decina di piccoli

denti appuntiti. Sui primi 5 segmenti addominali vi è la presenza di un paio di grosse macchie giallastre simmetriche. I pereiopodi presentano linee longitudinali giallastre.

Le dimensioni possono raggiungere i 50 centimetri di lunghezza. La mancanza di chele (tenaglie) non impedisce all'aragosta di potersi procurare il cibo, costituito quasi sempre da frutti di mare presenti sui fondali rocciosi del mare, e neppure di difendersi dai nemici. Possiede infatti una specie di lama di coltello con la quale stacca e apre i frutti di mare mentre, quando avvista i nemici, muove vorticosamente le antenne emettendo una sorta di gridolini che finiscono quasi sempre per spaventare gli intrusi.

In Italia i buongustai preferiscono le aragoste di piccole dimensioni pescate nelle aree mediterranee perché, contrariamente a quanto afferma la stampa specializzata internazionale, per il nostro tipo di cucina le piccole aragoste di casa nostra hanno una tenerezza difficilmente riscontrabile con i pur pregiatissimi grossi esemplari d'oltreoceano.

L'astice invece ha un corpo robusto con carapace liscio munito di 2 paia di spine dietro gli occhi. Segmenti addominali lisci, privi di denti e di carene. Il rostro è duro e la sua lunghezza corrisponde ad un quarto della lunghezza del resto del carapace; è munito sui margini laterali di 4-5 denti. Sul carapace vi è un solco mediano che dalla punta del rostro si estende fino al margine del caudale del carapace medesimo. Le due chele del primo paio di pereiopodi sono voluminose, appiattite, lisce, diseguali e sono munite, sul margine interno delle dita, una di minuti dentelli e l'altra di denti forti e irregolari.

A seconda della zona di provenienza, le sue dimensioni variano e così anche la sua colorazione. In alcune zone può raggiungere addirittura i 75 cm di lunghezza. In genere gli astici che vivono nelle acque più fredde sono i più saporiti. Quelli canadesi sono infatti tra i più richiesti. In Europa ne esistono di ottima qualità in tutta l'area nord. Se ne trovano tuttavia anche nel Mediterraneo ma sono i più difficili da pescare.

È interessante sapere che, di norma, la chela sinistra dell'astice è più piccola di quella destra. Il motivo è da ricercare nell'attività dell'astice che sviluppa in modo sensibile la chela destra affinché possa trattenere con forza i nemici oppure il suo nutrimento mentre la chela sinistra provvede a ridurre in piccoli pezzi il cibo e a portarlo alla bocca.

Rispetto alle aragoste, che talvolta sono vendute precotte e congelate, gli astici sono venduti sempre vivi, confezionati in modo perfetto per mantenere la freschezza. Durante il trasporto le chele vengono fermate da appositi lacci per evitare che i crostacei possano danneggiarsi da soli. cod 80167





"Parmigiana d'astice", ricetta di Cristian Benvenuto, socio Euro-Toques e chef del ristorante La Filanda di Macherio (Mb)

PROSCIUTTO DI PARMA DOP



I SEGRETI DI SALUMIFICIO SAN MICHELE PER RICONOSCERE LA QUALITÀ

Il Prosciutto di Parma Dop è uno degli orgogli nazionali: conosciuto ed esportato in tutto il mondo, è il non plus ultra delle golosità made in Italy. Tutto questo successo, però, unito alla continua richiesta del mercato, ha portato anche conseguenze negative come la contraffazione e la sovrapproduzione a discapito della qualità. Il consumatore moderno (b2b e b2c) deve essere formato per riconoscere il prosciutto di qualità. Solo in questo modo potrà degustarlo, servirlo e abbinarlo nella maniera corretta.

Il Prosciutto di Parma Dop ha un colore rosato tendente al rosso, che può variare anche in base alla stagionatura dello stesso; se troppo tendente al rosa potrebbe essere sintomo di una stagionatura non sufficiente. Le striature di grasso interno ed esterno sono di un bianco lucido. Una buona presenza del grasso, non eccessiva, è necessaria, anche all'esterno della coscia per contribuire alla morbidezza, scioglievolezza e al sapore unico del prosciutto.

Il consiglio per affettare il prosciutto è di utilizzare l'affettatrice, per ottenere fette che siano sottili come veli. In questo caso bisognerebbe, possibilmente, utilizzare un'affettatrice meccanica per evitare che la fetta si scaldi in fase di taglio. Salumificio San Michele però suggerisce un'altra via per affettare i suoi prosciutti: il taglio al coltello. Questa opzione si ispira al taglio del prosciutto spagnolo, è di grande impatto scenico ma richiede buona manualità e un minimo di esperienza... oltre a coltelli molto affilati!

Il Prosciutto di Parma Dop di San Michele è perfetto anche se gustato da solo, in modo da poter godere pienamente del suo sapore delicato e caratteristico. Se servito in un tagliere, si può accompagnare a formaggi freschi e pane e grissini di ottima qualità. La tradizione della sua patria natia, Parma, lo vede adagiato sulla cosiddetta "torta fritta" ("gnocco fritto" a Modena, Reggio e Bologna), anche qui con un possibile abbinamento a formaggi morbidi e poco stagionati, così come i romagnoli lo accompagnano allo squacquerone nella loro celebre piadina. È perfetto anche accompagnato a verdure crude e, in diverse occasioni, con la frutta fresca di stagione; primi su tutti, specialmente in estate, melone e fichi.

La tradizione emiliana vuole che siano sempre le bolle ad accompagnare il prosciutto, ma non necessariamente la scelta deve limitarsi al Lambrusco. Per restare in Italia si può tranquillamente abbinare ad un calice di Franciacorta o Trentodoc e, per le occasioni particolari, uno Champagne francese. cod 80118

Salumificio San Michele
via Pallavicina 11 - 26010 Offanengo (Cr) - Tel 0373 244800
www.san-michele.it





SENNA TOP
QUALITÀ PROFESSIONALE PER UNA FRITTURA IMPECCABILE

Dall'esperienza e dall'ascolto diretto delle esigenze di chef e pasticceri nasce Senna Top, un prodotto premium per frittura, ideale per ogni impiego, pensato anche nella versione senza olio di palma: Senna Top Zero Palm

Non tutti gli oli di girasole alto oleici sono uguali

Olio di GIRASOLE comune

si compone di molecole piccole

1. più molecole sulla superficie del prodotto
2. le molecole piccole bruciano più velocemente
3. la frittura risulta più pesante
4. minore qualità e salubrità della frittura

SENNA TOP

si compone di molecole grandi

1. meno molecole sulla superficie del prodotto
2. molecole grandi "durano" più a lungo
3. la frittura risulta leggera
4. maggiore qualità (minore olio assorbito)

Se si parla di oli di girasole alto oleici è bene ricordare che non tutti gli oli sono uguali e non tutti garantiscono una performance di frittura di alto livello. Uno dei fattori determinanti nella qualità degli oli di girasole alto oleici è il processo di winterizzazione per eliminare cere e fonti di impurità. Migliore è la winterizzazione, più nobile è il prodotto finale, poiché una minor presenza di cere all'interno dell'olio di girasole garantisce un'inferiore creazione di schiuma e di residuo in friggitrice durante la lavorazione e un sapore più armonico al palato. Senna Top e Senna Top Zero Palm sono miscele altamente tecnologiche che, da oltre 30 anni, vengono perfezionate e innovate per raggiungere prestazioni e funzionalità uniche.

Quattro buoni motivi per scegliere Senna Top e Senna Top Zero Palm

1. La particolare lavorazione e la composizione di Senna Top e Senna Top Zero Palm evitano l'inglobamento di aria durante il trasporto, mantenendo il livello di perossidi al minimo così da evitare l'ossidazione del prodotto.
2. Le molecole dell'olio vengono ingrandite, con il conseguente vantaggio di un minor assorbimento nel prodotto finito rispetto al comune olio di girasole alto oleico, caratterizzato da molecole più piccole.
3. In termini di consumi, tutto questo si traduce in un risparmio per il professionista poiché meno prodotto assorbito significa più prodotto in friggitrice.
4. La miscela è stabilizzata e non ossidata, il che garantisce una durata maggiore, con un olio più neutro e privo di retrogusti. cod 80232

Senna Italia
via Macanno 32 - 47923 Rimini (Rn)
Tel 0541 394966
www.sennaitalia.it

OTTOBRE, IL MESE DELLE FIERE DEL TARTUFO. SI COMINCIA DA MARCHE E UMBRIA



Le fiere del tartufo sono già decollate e fino a dicembre sua maestà il tartufo bianco pregiato farà bella mostra di sé e avrà sicuramente un richiamo internazionale. Marche e Umbria sono due tra le regioni "culla" del prestigioso prodotto e per questo tanti sono gli appuntamenti - tra fiere e mostre - già in calendario per poter degustare il tartufo bianco pregiato servito in mille versioni gastronomiche, ma con l'intento di poter essere anche raccontato dai cavatori locali. Ad ottobre toccherà alla fiera internazionale più nota, ad Alba, e a quelle in Toscana.

Nelle Marche si svolge la 25ª edizione della "Fiera nazionale del tartufo bianco pregiato di Pergola", che torna in questo 2021, dopo lo stop dell'anno scorso a causa dell'emergenza sanitaria, nelle prime tre domeniche di ottobre (il 3, il 10 e il 17).

È in corso di svolgimento anche la Mostra nazionale del tartufo bianco pregiato delle Marche di Sant'Angelo in Vado (Pu), che celebra l'eccellenza di una terra, della sua gente e dei suoi prodotti tipici. La 58ª edizione cade nei giorni 9-10, 16-17, 23-24 e 30-31 ottobre.

A cavallo tra ottobre e novembre si svolge la 56ª Fiera nazionale del tartufo bianco ad Acqualagna (Pu), che torna a celebrare il tartufo nei giorni 24, 30, 31 ottobre e 1, 6, 7, 13, 14 novembre.

Assolutamente da vivere, ad Amandola, in provincia di Fermo, "Diamanti a tavola" dal 1 al 14 novembre, solo nei fine settimana.

Infine, a Cantiano (Pu) viene celebrato il tartufo del Balbano: siamo al confine tra Marche e Umbria, dove la manifestazione è sempre la terza domenica di ottobre in occasione della fiera del cavallo. Quest'anno tuttavia la fiera non si terrà, ma si potrà comunque degustare nelle osterie e nei ristoranti un ottimo tartufo, anche se meno noto, fino a novembre.

A dimostrazione di come non ci sia molto coordinamento nell'organizzazione dei vari eventi, troviamo due appuntamenti nelle stesse date (da venerdì 29 ottobre a martedì 2 novembre) a Gubbio e a Città di Castello (Pg). A Città di Castello va in scena la Mostra del tartufo bianco di Città di Castello, giunta alla 41ª edizione, mentre a Gubbio si celebra Gubbio Terra di Tartufo, manifestazione che spegne quest'anno 40 candeline, un appuntamento di grande rilievo tra le rassegne autunnali per la straordinaria qualità del tartufo bianco locale.

La necessità di fare rete

Molto spesso l'impossibilità di creare un network tra le fiere del tartufo è dovuta ad una sorta di provincialismo, che andrebbe stemperato a favore della globalizzazione, permettendo così un allungamento delle fiere almeno fino a Natale e non concentrandole tutte nello stesso periodo. Un'operazione che andrebbe a vantaggio di cavatori, commercianti, ristoratori e turisti.

cod 80496



È INIZIATA LA STAGIONE DI RACCOLTA DEL BIANCO PREGIATO

di ***Giuseppe Cristini***

Da parte nostra come Accademia del tartufo nel mondo vi riserveremo molte gradevoli novità; siamo fieri di annunciare un grande progetto che mette al centro la promozione, la mediaticità e il contatto diretto con la natura, la cucina e la tavola, unitamente al piacere di raccontarvi la narrazione del tartufo in tutta la sua bellezza. In bocca al lupo ai cavatori, custodi del bosco, che abbiano tutti un grande rispetto per l'ambiente e la natura incontaminata che dobbiamo tutelare.

Sua maestà è tornato, abbiamo bisogno del custode del bosco, del cagnolino, del rispetto per l'ambiente, che assieme allo chef narratore ci sanno stupire, per offrire all'ospite, turista e gourmet, l'unicità del tartufo italiano che in ogni regione sa regalare la sua pepita nobile.

Tutti siamo in attesa di scoprire le prime pepite di tartufo bianco, in un periodo che ci accompagnerà fino a Natale; anche se è giusto scoprire il valore sensoriale e gastronomico dei primi tartufi uncinatum, (un tartufo nero di buon impatto e di buoni profumi) per decollare poi da metà novembre verso il tartufo nero pregiato o Truffe du Perigord, (tartufo di grande fascino e suadenza), senza dimenticare il tartufo nero d'inverno, il garbato brumale che nella versione moscato regala profumi davvero gentili.

Il bosco italiano sa offrire un tartufo, per ogni palato, per ogni mente e per ogni tasca. Vogliamo raccontare un pianeta bello che regala emozione che crea un turismo sostenibile e produce economia. Rivolgo un invito alle Istituzioni a crederci fino in fondo e a dare valore ad un comparto che vuole massima professionalità. cod 80231

IL FUTURO DEL TARTUFO ATTRAVERSO NATURALITÀ E SOSTENIBILITÀ

di ***Giuseppe Cristini***

«Il periodo pandemico ci ha permesso di pensare, di stare soli con noi stessi e capire quali sono i valori da portare avanti». **Olga Urbani**, titolare di Urbani Tartufi, racconta i progetti e i presupposti dell'azienda dopo il periodo difficile segnato dal Covid-19.

«La sostenibilità per noi è importantissima: una sostenibilità che stiamo manifestando al mondo, attraverso la Truffleland che rappresenta il mondo della tartuficoltura, che riteniamo una risposta sociale alla mancanza di lavoro per i giovani. La Truffleland significa un futuro lavoro per quei giovani che invece di dover lasciare l'Italia, decidono di coltivare qualche ettaro di terreno dedicato al tartufo, per mettere al centro di tutto una cucina salutare e biologica che riesca a rispettare i valori della salute umana».

Guardando al mondo della ristorazione invece afferma che: «Il tartufo dopo un periodo di buio deve un po' rinascere. Come Gruppo Urbani abbiamo messo in produzione prodotti semplici che possano aiutare la ristorazione italiana e internazionale nella ripartenza. Prodotti ad hoc per i cuochi che riusciranno così ad avere un discreto margine tale da poter aiutare i ristoratori a recuperare. Allo stesso tempo come Gruppo Urbani vediamo la rinascita attraverso la naturalezza di questo prodotto, nel cercare di non mescolarlo troppo con gli additivi chimici che fino ad oggi abbiamo tutti utilizzato, anche se il tartufo è talmente volatile che non rimane nei prodotti conservati». cod 80138



CON UNILEVER FOOD SOLUTIONS IL FUTURO È VEGETALE

"The Vegetarian Butcher" è il brand di prodotti plant based con l'aspetto, il gusto e la consistenza della carne animale. Un'opportunità per arricchire il menu con proposte che soddisfano i trend alimentari emergenti

Unilever Food Solutions presenta "The Vegetarian Butcher", il brand di prodotti a base di proteine vegetali in tre gustose e irresistibili proposte per la ristorazione italiana: Raw NoBeef Burger, NoChicken Nuggets e NoHotdog, prodotti plant based con l'aspetto, il gusto e la consistenza della carne animale. Un'opportunità per la ristorazione di arricchire il proprio menu con proposte a base vegetale, innovative e ricche di gusto, che soddisfano i trend alimentari emergenti e un consumatore sempre più consapevole, che vuole ridurre le proteine animali e ricerca alternative alla carne, originali, nutrienti e gustose nello stesso tempo. Non solo vegani e vegetariani, ma un pubblico sempre più ampio di flexitariani, stimato intorno al 14% della popolazione globale (fonte: Ipsos 2018), che ama la carne e i piaceri della tavola, ma che per ragioni etiche, di salute e di rispetto per l'ambiente, ricerca un'alimentazione più completa e sostenibile, riducendo proteine animali e impatto sul pianeta.

Il cambiamento in atto verso abitudini alimentari alternative deve necessariamente riflettersi nella ristorazione, dove le proposte senza ingredienti di origine animale non possono più rappresentare un'eccezione nel menu. Basti pensare che i piatti a base vegetale vengono ordinati per l'89% da non vegetariani (fonte: Kantar 2019). Un enorme potenziale per il mondo della ristorazione che The Vegetarian Butcher contribuisce a sfruttare attraverso proposte gustose e alternative alla carne animale, facili da preparare, senza complessità aggiuntive in cucina o sul servizio.



The Vegetarian Butcher, il "macellaio vegetariano", è la realtà fondata dall'olandese Jaap Korteweg, agricoltore di nona generazione diventato vegetariano in seguito all'epidemia di influenza suina verificatasi nel 1998 anche nei Paesi Bassi. Da allora Jaap si impegna per ritrovare quel sapore unico, lavorando a stretto contatto con chef, scienziati e produttori di proteine vegetali, fino ad arrivare a sviluppare una gamma di prodotti che riproducono perfettamente gusto e consistenza della carne animale.

Nel 2010 Jaap inaugura all'Aia il primo negozio The Vegetarian Butcher per permettere agli amanti della carne come lui di non dover scendere a compromessi, grazie a un'alternativa di "carne plant based" altrettanto gustosa, e segnando un importante passo verso la rivoluzione dell'industria alimentare e della ristorazione. Nel 2018 il brand The Vegetarian Butcher viene acquisito da Unilever con l'obiettivo di farlo diventare il più grande "macellaio" del mondo. Oggi i suoi prodotti sono proposti in più di 45 Paesi.

cod 80124

Unilever Food Solutions Italia
via Paolo di Dono 3/A - 00142 Roma
Tel 800 480000
www.unileverfoodsolutions.it

ROTARI

ALPEREGIS

LA QUALITÀ REGNA SOVRANA.



Bevi Rotari responsabilmente.

Il regno delle bollicine appartiene a loro: AlpeRegis Extra Brut, Rosé, Pas Dosé firmati Rotari. La linea di millesimati che esalta la raffinatezza, l'eleganza trentina e il carattere puro di un perlage unico.

rotari.it

ROTARI
ALPEREGIS
TRENTODOC

LE RADICI DEL CIBO

SHIITAKE, GUSTO SEDUCENTE E PROPRIETÀ BENEFICHE

di ***Piera Genta***

Il loro nome botanico è *Lentinula Edodes*, ma sono conosciuti come funghi shiitake. Di origine asiatica, diffusi soprattutto in Giappone e in Cina, sono ormai diventati di uso comune anche in Italia. Molti grandi chef hanno sostituito porcini, cardoncelli e pioppini con gli shiitake conferendo ai loro piatti una interessante nota umami. Il nome shiitake deriva dall'unione di due parole giapponesi: "shii" (quercia) e "take" (fungo), perché crescono spontaneamente in autunno e in primavera sui tronchi delle latifoglie.

È il secondo fungo più famoso nel mondo e il terzo commestibile più largamente coltivato. Viene prodotto in maniera controllata in ambienti in cui umidità, temperatura, luce e ventilazione sono costanti. Il substrato è composto di paglia di frumento o segatura, alla quale viene aggiunto carbonato di calcio, gesso e zucchero. Anche se richiede un investimento più alto, questo metodo è molto più veloce e più conveniente rispetto alla cultura tradizionale sui tronchi. Ad oggi la Cina è la più grande esportatrice di questi funghi.

Lo Shiitake è dotato di straordinarie qualità extra-nutrizionali, oltre a un grande sapore e un discreto apporto calorico dovuto alla quantità di proteine presenti. È stato inserito tra i "funghi che guariscono" nell'omonimo libro scritto da Georges Halpern, scienziato impegnato nella ricerca relativa alle proprietà curative dei funghi.

Gli shiitake sono ricchi di proteine verdi e quindi consigliati a chi segue un'alimentazione vegetariana o vegana. Oltre a questo, sono un concentrato di principi attivi benefici per l'intero organismo. Introdurli nella dieta quotidiana è un modo piacevole per sfruttare i vantaggi della micoterapia, ovvero la cura con i funghi che, a tutti gli effetti, la medicina olistica considera dei veri "superfood". Questo gruppo di funghi sarebbe in grado di aiutare il nostro organismo con un'azione antitumorale, antinfiammatoria e antibatterica.

Sono un ingrediente tipico della cucina cinese, giapponese e macrobiotica. Vengono utilizzati soprattutto per la preparazione delle zuppe ma possono essere impiegati anche in altri primi piatti in abbinamento al riso, oppure come contorno e come condimento per altre pietanze. Freschi sono ottimi crudi in insalata con timo, sale rosa, olio di lino e salsa di soia. Attenzione ai gambi: sempre un po' legnosi, occorre eliminarli quasi del tutto. I funghi shiitake sono disponibili per l'acquisto sotto forma essiccata soprattutto nei negozi di prodotti biologici. Il loro utilizzo per cucinare richiede di lasciarli in ammollo in acqua calda fino a quando si saranno ammorbiditi per poi passare alla cottura e alla preparazione della ricetta prescelta. cod 80180



NUOVO CORNETTO SENZA GLUTINE E LATTOSIO NUTRIFREE

Dalla profonda esperienza nel prodotto da forno senza glutine, nasce la nuova linea Cornetti Nutrifree. Un prodotto dalla grande vocazione innovativa, recentemente lanciato con l'obiettivo di coprire un vuoto di mercato nell'offerta senza glutine per la prima colazione. Morbidi e fragranti, i Cornetti Nutrifree sono disponibili in quattro varianti: classici, all'albicocca, ai frutti di bosco e al cioccolato. Senza glutine, fonte di fibre, con ben tre proposte (classici, all'albicocca, ai frutti di bosco) anche senza lattosio garantite L-free. Il pratico formato monoporzione li rende perfetti per una gestione pratica e sicura da parte degli operatori del fuori casa. Per agevolarne la presentazione, i Cornetti Nutrifree sono veicolati all'interno di un display box da 5 confezioni.



«Da sempre ci impegniamo per portare innovazione nel free from food - precisa **Enrico Cecchi**, direttore commerciale e marketing Nt Food - con l'obiettivo di offrire ai consumatori maggiore varietà di scelta e un gusto affine a quello dei prodotti convenzionali. Con questo nuovo lancio completiamo la nostra offerta dedicata al mondo breakfast, offrendo un prodotto unico per riscoprire tutto il gusto della colazione gluten e lactose free».

Kit Cornetti con soluzione espositiva dedicata

Per valorizzare al massimo la presentazione della nuova linea e creare un angolo gluten free dedicato, Nutrifree ha studiato un pratico espositore da banco di grande appeal visivo. Il Kit Cornetti è la soluzione ideale per il mondo Hotellerie e si compone di 15 cornetti assortiti disponibili nei 3 gusti: classico, albicocca, cioccolato.

«È fondamentale - sottolinea Cecchi - valorizzare l'offerta "free from" con i corretti strumenti di comunicazione, in modo da guidare il consumatore nella scelta del prodotto più indicato in base alle proprie esigenze. Come azienda siamo sempre a disposizione per supportare gli operatori con materiali dedicati e con la consulenza del nostro reparto marketing anche per la personalizzazione dei diversi strumenti: dai menu ai segnatavoli, dalle soluzioni espositive ai gadget».

Nutrifree Food Service

Qualità, assortimento, innovazione, servizio. Sono questi i fattori che caratterizzano l'offerta gluten e lactose free di Nutrifree Food Service. La selezione per il canale Horeca è stata studiata per offrire la massima varietà e la totale copertura dei diversi momenti di consumo fuori casa: dalla colazione al pranzo, dall'aperitivo alla cena. La formula Nutrifree Food Service consente un servizio pratico e sicuro, senza rischi di contaminazione, né sprechi, grazie ai formati monoporzione "apri&gusta": dal pane, agli snack, dai cereali ai biscotti. Sono disponibili svariate soluzioni espositive dedicate per migliorare la veicolazione del prodotto. cod 80428

Nt Food
via della Galeotta, loc. Tei 6/C - 55011 Altopascio (Lu) - Tel 0583 216383
foodservice.nutrifree.it

PRUGNE DELLA CALIFORNIA IN TV E NELLA CUCINA DI ANDREA MAINARDI





La partnership tra il California Prune Board e il programma televisivo "Cotto e Mangiato I Menù", l'appuntamento culinario giornaliero che accompagna i telespettatori alla scoperta dei segreti della cucina casalinga in onda su Italia1 nella fascia centrale pre-news del mezzogiorno, si è rivelata un grande successo per il brand in Italia. Le Prugne della California sono state protagoniste di 5 puntate del programma condotto da Tessa Gelisio e ingrediente chiave delle ricette originali, sfiziose e intriganti a cura degli chef Andrea Mainardi e Renato Bosco, raggiungendo circa 4 milioni di telespettatori.

Grazie all'alta qualità e al gusto distintivo, le Prugne della California sono un ingrediente versatile che si integra perfettamente con preparazioni salate e dolci con risultati senza rivali. Naturalmente prive di grassi e di zuccheri aggiunti, sono ricche di vitamine, sali minerali e fibre, alleate fondamentali per il benessere quotidiano a partire dalla tavola.

A seguito del successo con "Cotto e Mangiato I Menù", il California Prune Board ha avviato anche la partnership con lo chef **Andrea Mainardi** per la realizzazione di un "Menù in Viola": 5 ricette, dolci e salate, pensate per mettere in risalto tutta la qualità e la versatilità delle Prugne della California. Come il gelato alla crema con Prugne della California, ideale per una merenda gustosa e sana, che non necessita della gelatiera.

I contenuti sono stati condivisi sul sito ufficiale del California Prune Board (**www.californiaprunes.net/it/ricette**) e sui social di Prugne della California.

«Siamo molto soddisfatti dei risultati raggiunti con il product placement perché ci ha permesso di raggiungere un'ampia platea di telespettatori per dimostrare l'estrema versatilità e benefici delle Prugne della California», spiega **Esther Ritson-Elliott**, California Prune Board director of International Marketing & Communications. «L'Italia è tra i primi mercati di riferimento in Europa per il California Prune Board, che per il 2021 ha rinnovato il suo impegno nel Belpaese con attività integrate di marketing e comunicazione». cod 80361

Per informazioni:
www.californiaprunes.net/it



LA PANDEMIA NON HA RALLENTATO L'IMPORT DI MCGARLET

MA IL VERO DRIVER SONO I CIBI SALUTARI





di *Nicola Grolla*

L'azienda bergamasca leader nella commercializzazione di frutta esotica ha retto alla crisi Covid. In crescita la Gdo e i prodotti di IV gamma (estratti e macedonie). Azione anti-plastica per una maggiore sostenibilità



In oltre un anno e mezzo complicato, la crescita di McGarlet non si è fermata. Leader nell'importazione e nella distribuzione di frutta esotica, l'azienda con sede ad Albano S. Alessandro (Bg) ha tenuto il passo degli importanti cambiamenti occorsi nel comparto ortofrutticolo rispondendo sia alle sfide logistiche (contando su due poli logistici, uno a Bergamo e l'altro a Roma) sia ai mutati comportamenti di acquisto dei consumatori. «Il reparto alimentare, sebbene sia stato fortunato poiché non si è mai del tutto fermato, è stato chiamato a compiere un grande sforzo per garantire un costante afflusso di generi alimentari per il consumatore finale. Inoltre, L'ultimo anno e mezzo ha portato ad un cambiamento dei canali di distribuzione anche per la frutta esotica, potenziando senza dubbio la grande distribuzione e i distributori tradizionali legati ai mercati. Questi hanno sempre garantito il proprio servizio assicurando la presenza del prodotto richiesto del consumatore», ha affermato Luca Garletti, ceo di McGarlet.

La ricerca di cibi salutari traina i canali distributivi

Più nello specifico, per McGarlet i canali di commercializzazione della frutta esotica sono essenzialmente la grande distribuzione per il 50%, gli ortomercati

per il 40% e l'Horeca per il restante 10%. Oltre alla frutta esotica di prima qualità, l'azienda si occupa anche della distribuzione di prodotti di IV gamma come macedonie ed estratti e «da qualche tempo abbiamo inoltre avviato una linea completamente dedicata alla frutta tropicale coltivata in Italia, la linea Figaro Filiera Italia», ha proseguito Garletti. Il tutto per rispondere a sollecitazioni ormai diventate strutturali fronte domanda: «Il 2021 sta proseguendo sull'ondata del precedente anno con un incremento della richiesta di quegli alimenti considerati particolarmente salutari per il nostro organismo. Oltre alla frutta fresca, riscuotono grande successo anche gli estratti di frutta, la linea Puto. Complice l'ondata pandemica, i gusti più richiesti dai clienti sono quelli particolarmente adatti al sistema immunitario. Molto successo l'hanno infatti i mix con la curcuma, senza dimenticare le referenze papaya-ananas-carota e kale-ananas-mela-spinaci», ha precisato Garletti.

Il trend salutistico fa poi il paio con la spinta verso la sostenibilità. Aspetto non di poco conto per un'azienda che importa prodotti da Sudamerica, Africa, Sudest Asiatico e Australia. Tratte difficilmente comprimibili per il buon esito del business. Per questo, McGarlet sta implementando sempre di più il proprio impegno per ridurre il più possibile l'uso di plastica nelle proprie confezioni. «La virata aziendale verso il bio-packaging prosegue con il lavoro iniziato lo scorso anno andando verso l'obiettivo dell'eliminazione in toto della plastica nella consapevolezza che gli imballaggi green permettono, secondo le ultime ricerche, di ridurre fino all'80% gli impatti. Nel 2021 tutti i prodotti della linea Gourmet sono stati confezionati con un'innovativa vaschetta in microonda riciclabile e biodegradabile realizzata in cartoncino proveniente da foreste certificate FSC. Tale modifica permetterà di evitare di produrre 500 mila vaschette di plastica e quindi di risparmiare almeno 15 mila chilogrammi di plastica ogni anno», ha concluso Garletti.

In Italia primi segni di inflazione?

Nel frattempo, rimanendo sulle produzioni Made in Italy, le rilevazioni sulle piazze all'ingrosso sottolineano un passaggio autunnale all'insegna dell'aumento dei prezzi. Due, in particolare, le causa: da un lato, come rivelato dalle analisi di Borsa merci telematica italiana (Bmti) c'è l'impatto del meteo sulle produzioni autunnali. Caso emblematico è quello delle pere: le gelate della scorsa primavera insieme all'alternaria, un fungo che da anni colpisce i peri, e la cimice asiatica hanno determinato una riduzione della produzione di pere, provocando un forte aumento dei prezzi rispetto a un anno fa. Nel dettaglio, le varietà più colpite risultano le pere Abate di calibro medio e grande con prezzi che si attestano rispettivamente sui 2,73 euro/Kg e 3,75 euro/Kg (+72,63% nel primo caso e +69,44% nel secondo rispetto al 2020). Dall'altro lato, l'aumento dei costi energetici che rischiano di tramutarsi in aumenti dei prezzi per le tasche degli italiani se si considera che nel Belpaese l'85% delle merci viaggia su strada e i costi della logistica arrivano ad incidere fino dal 30 al 35% su prodotti freschi per frutta e verdura.. cod 80467

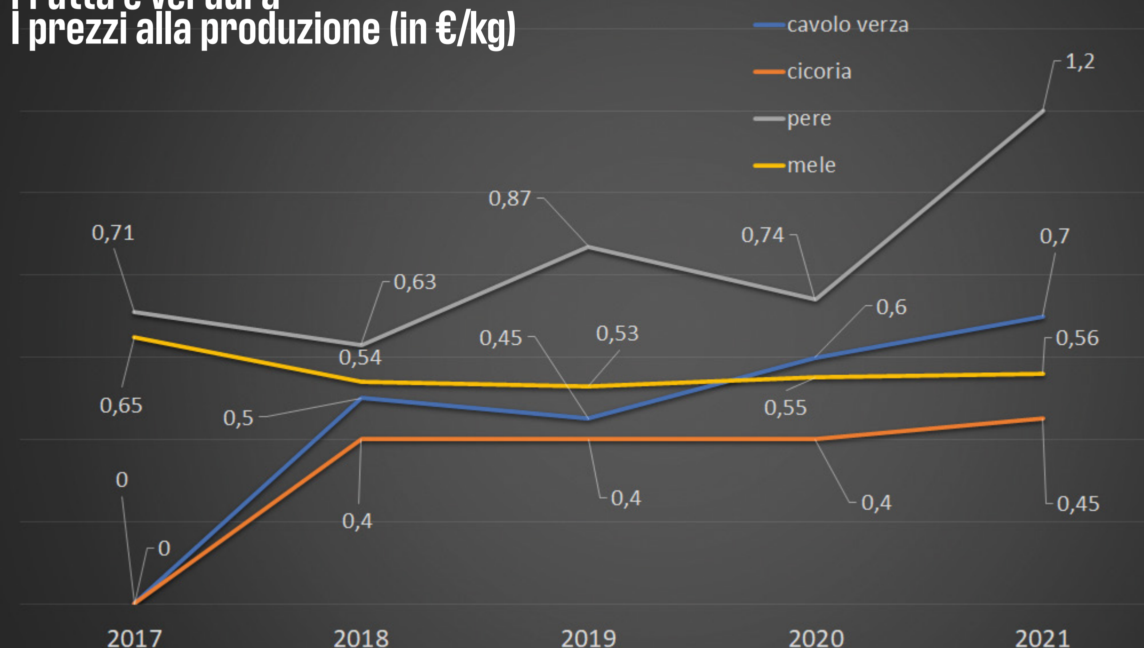


foto Edoardo Vaccaroli

PINOT NERO
ANIMA DI UN TERRITORIO E SEGNO DI UNITÀ PER L'OLTREPÒ PAVESE

Con la collaborazione del Consorzio, il re dei vini diventa finalmente uno dei simboli dell'Oltrepò Pavese come rosso e come spumante. I produttori vogliono rafforzare l'identità del terzo territorio produttivo in Europa. Una storia che risale alle prime barbatelle impiantate sulle colline a sud del Po a metà Ottocento

di ***Alberto Lupini***

Vi ricordate l'immagine dell'Oltrepò di pochi anni fa? Produttori di vino l'un contro l'altro armati, cantine sociali, imbottigliatori e piccole cantine private in lite nel consorzio e fuori, tanto da richiedere l'intervento delle istituzioni. Per non parlare di un'offerta che fra vitigni (da 150 a 170 uve diverse) ed etichette era la più vasta di tutti i territori viticoli italiani, senza però garantire un'idea precisa del valore di queste meravigliose colline lombarde a sud del Po, che nulla hanno da invidiare a quelle più celebrate delle Langhe o del Chianti. Ecco, tutto questo è da dimenticare.

Le cantine giocano la carta dell'identità

Seppellite le armi e consapevoli di giocarsi il futuro del terzo distretto produttivo del vino italiano, le cantine dell'Oltrepò hanno deciso di giocare la carta dell'identità e di puntare sulla qualità, che c'è da sempre, e su ciò che le può unire. E la bandiera che può oggi rappresentare un territorio, ricco di mille sfaccettature (dall'esposizione, quasi mai a sud, all'altitudine) nei suoi 13.500 ettari vitati, non poteva che essere il

Pinot nero che ne rappresenta da solo 3.550 ettari, che ne fanno l'area di maggiore produzione in Europa dopo Borgogna e Champagne.

Il vitigno che dà vita a quello che a livello internazionale è spesso considerato il re dei vini, in queste terre è presente almeno da metà Ottocento, era per lo più destinato ad essere spumantizzato per lo champagne, tanto che qui si fa uno dei grandi metodi classici italiani nelle versioni bianco e rosè. Ma da qualche decennio si è scelta la strada di vinificarlo anche nella versione del più "nobile" vino rosso per eccellenza (che solo dal 2011 era stato inserito nel disciplinare della doc) e subito si è imposto sul mercato come uno dei vini più interessanti e identitari, pur nelle diverse versioni, un po' come succede di Borgogna o nella versione tedesca dello Spätburgunder.

Una due giorni per valorizzare vino e territorio in nome del Pinot nero

E così le eleganti bollicine e il rosso sono stati i protagonisti di una due giorni in Oltrepò in cui 20 coraggiose cantine (6 delle quali non facenti capo, ad oggi, al Consorzio) hanno organizzato "Oltrepò - Terra di Pinot Nero: un territorio, un vitigno, due eccellenze" che ha avuto il suo apice nell'Antica Tenuta Pegazzera a Casteggio (Pv), con degustazioni delle molte etichette, alcune anche di vecchie annate, portate dai produttori, e con due master class (sulle bolle e sul rosso) curate dai giornalisti Alessandra Piubello e Filippo Bartolotta.

Il risultato, oltre alla soddisfazione di trovare un progetto serio e concordato, sostenuto dal Consorzio ed al quale sicuramente si aggregheranno tante altre cantine, è stata la presentazione "unitaria" di un grande vino che davvero è espressione oggi di un grande territorio.

Un lavoro di squadra con obiettivi condivisi

L'identità dell'Oltrepò, come ha ricordato il direttore del Consorzio, **Carlo Veronese**, non può certo esaurirsi nel Pinot Nero («fra i tanti vini del territorio pensiamo solo all'importanza di Riesling, Bonarda o Sangue di Giuda», ha sintetizzato), ma certo questo è un momento fondamentale per comunicare in modo diverso il territorio e per permettere, ricorda sempre Veronese, «ai tecnici e a tutta la filiera di riorganizzarsi attorno ad un progetto condiviso e fare crescere tutto il sistema».

E la collaborazione è l'elemento che per **Ottavia Giorgi di Vistarino**, coordinatrice delle 20 cantine che hanno dato vita all'evento, nonché vicepresidente del Consorzio, «è fondamentale per dare valore e immagine a un vitigno che nelle sue due versioni può davvero rappresentare le nostre eccellenze, senza per questo dover inseguire la strada del confronto con le altre realtà. Il nostro è il Pinot nero dell'Oltrepò, capace di emozionare per le sue caratteristiche che lo rendono unico».

Un vitigno che dal 1850 dà ottimi risultati su queste colline

E che questo vino sia realmente un elemento di tipicità è rappresentato dalla presenza nei vigneti di queste colline certamente a partire da metà Ottocento, quando nel 1850, il Conte Augusto Carlo Giorgi di Vistarino piantò le prime barbatelle di Pinot Nero importate dalla Borgogna gettando le basi per la diffusione di questo vitigno in tutto il territorio dell'Oltrepò Pavese. Da allora di strada ne è stata fatta avendo trovato qui un habitat favorevole per un vitigno che sa esprimere la sua doppia anima grazie alle variegate caratteristiche di questa area collinare stretta tra il grande fiume e l'appennino, costituite prevalentemente da rocce sedimentarie di origine marina, e alla maestria dei viticoltori locali, che con l'osservazione attenta dell'esposizione di ogni singolo vigneto, del microclima, della morfologia dei suoli hanno individuato i migliori terroir.

Le 20 cantine

Ecco le 20 cantine che hanno ideato e realizzato l'evento "Oltrepò Terra di Pinot Nero": Alessio Brandolini, Azienda Agricola Quaquarini Francesco BIO, Azienza Agricola La Travaglina, Ballabio, Bruno Verdi, Calatroni Vini, Cantina La Versa, Cantina Scuropasso, Cantine Giorgi, Castello di Cigognola, Conte Vistarino, Cordero San Giorgio, Frecciarossa, Giulio Fiamberti, La Piotta, Manuelina, Monspello, Montelio, Tenuta Mazzolino, Tenuta Travaglino.

cod 80265



FATTORIA DI PETROGNANO UNA STORIA DI FAMIGLIA CHE "SPOSA" L'INNOVAZIONE

Valorizzazione di vitigni autoctoni, viticoltura di precisione e certificazione biologica i cardini del nuovo progetto a cui si aggiunge il connubio innovazione-tradizione nelle fermentazioni in terracotta

Meme e Orci. Parte da questi due nomi, che identificano i due vini simbolo dell'azienda, la nuova sfida di Fattoria di Petrognano, azienda agricola di proprietà della famiglia Pellegrini (la stessa di Pellegrini Spa) situata sulle colline di Montelupo Fiorentino, la "città della ceramica" in Toscana conosciuta a livello internazionale.

I Meme sono il simbolo di Fattoria di Petrognano, due vini che devono il nome al modo in cui **Emanuele Pellegrini** chiamava il nonno, anche lui Emanuele. Il Meme Chianti Superiore Docg e il Meme Chianti Riserva Docg fondono così il ricordo di famiglia con la nuova generazione, ora alla guida dell'azienda insieme a **Monica Rossetti** - enologa italo-brasiliana di grande expertise e moglie di Emanuele - a cui è affidata la direzione tecnica della cantina. Orci rappresenta invece una sfida totalmente nuova, con l'obiettivo di va-



Emanuele Pellegrini e Monica Rossetti

lorizzare un elemento tipico del luogo: i contenitori di terracotta tradizionalmente prodotti nella zona di Montelupo Fiorentino e chiamati in Toscana, appunto, "orci". «Rispettare l'identità ed esaltare la storia di Petrognano attraverso le potenzialità vinicole della zona è l'obiettivo che io e Monica vogliamo perseguire - spiega Emanuele Pellegrini - per questo abbiamo scelto di puntare su tre vitigni tipici della Toscana: il Sangiovese, un simbolo della viticoltura italiana e la base dei rossi di Toscana, il Canaiolo e il Trebbiano toscano, vitigni intimamente legati alla storia del territorio che hanno dato un forte contributo all'espressione di autenticità dei vini di questa terra».



Meme, i vini "di famiglia"

Meme Chianti Superiore Docg è un Sangiovese in purezza di buona piacevolezza complessiva, l'annata 2019 è stata una delle migliori per questo vino, portando a compimento un impegno costante per rispecchiare nel bicchiere il termine "Superiore". Il 2019 è stato anche l'anno di partenza del progetto "Animavitis", un programma di gestione vitivinicola di precisione implementato con l'obiettivo di aumentare l'autoconoscenza di ogni microclima del vigneto, atto alla definizione dei Cru aziendali e delle migliori tecniche viticole adeguate ad ogni singola pianta.

Le uve del Meme Chianti Superiore Docg provengono da più parcelle i cui terreni di medio impasto argilloso contribuiscono a conferire al vino una ricca e armoniosa tessitura tannica in bocca. Esclusivamente nelle annate migliori le uve dei vigneti più vecchi vengono selezionate e affinate anche in grandi contenitori di legno da 25 e 30 hl. Il Meme Chianti Riserva Docg fa macerazioni più lunghe del Chianti Superiore Docg e ha l'obiettivo di essere un Sangiovese più intenso, elegante e longevo. Questi due vini rappresentano il 90% della produzione totale di Fattoria di Petrognano.

Dalla terracotta alla terra cruda: il progetto Orci

Il progetto Orci nasce invece dalla volontà di valorizzare un aspetto caratteristico di Montelupo Fiorentino: gli orci di terracotta. Con questa produzione vinicola Emanuele e Monica vogliono raccontare il territorio. I vitigni autoctoni sono la chiave di volta e il compromesso centrale per tornare al passato. Orci Sangiovese è un Sangiovese in purezza che rappresenta un ritorno alla tradizione non solo per la vinificazione in terracotta, ma anche per la lunga macerazione delle uve, di circa tre mesi. Orci Trebbiano, invece, è un vino bianco pieno di vita ed energia. Le lunghe macerazioni hanno rilevato una sfaccettatura interessante del Trebbiano toscano, vitigno che si è dimostrato capace di esaltare le potenzialità dell'invecchiamento. Ciò che accomuna questi due vini è l'utilizzo delle uve dei vigneti migliori dell'azienda annualmente individuati e separati per la completa sanità delle uve e per la concentrazione di polifenoli. L'uso della terracotta aiuta ad affinare i tannini e ad intensificare l'autenticità varietale.

Grazie a Fattoria di Petrognano, Pellegrini Spa si consacra così non più solo come importatore, distributore e selezionatore di vini e distillati di alta qualità in tutta Italia, ma anche come produttore agricolo con una filosofia attenta a preservare la natura e le uve autoctone dei luoghi ereditati da quattro generazioni. cod 80202

Distribuito da: **Pellegrini Spa**
via Mazzini 43 - 24034 Cisano
Bergamasco (Bg) - Tel 035 781010
www.pellegrinispa.net



Il Chianti Classico Storia di Famiglia Docg della linea Gli Scudi è il vino in cui l'azienda si identifica maggiormente. Fine al naso, intenso e persistente al gusto. La struttura è ampia, di grande equilibrio e armonia

NEL CHIANTI CLASSICO DI CECCHI TUTTA LA STORIA E LA TRADIZIONE DEL TERRITORIO

A rappresentare l'eccellenza della produzione vinicola toscana di Cecchi è la linea Gli Scudi composta da tre Chianti Classico Docg, simbolo della qualità e dell'esperienza produttiva secolare del brand. Da uve Sangiovese provenienti dai loro migliori vigneti, questa linea intende sottolineare il valore e la storicità di Cecchi, da quasi 130 anni nel mondo del vino. D'altra parte le etichette dell'azienda sono sintesi del passato, memoria della tradizione, testimonianza del loro territorio, riferimento per il presente e indicatore di una strada per il futuro.

In particolare il Chianti Classico Storia di Famiglia Docg è prodotto dai vigneti di Castellina in Chianti (Si) ed è il vino in cui l'azienda vinicola Cecchi si identifica maggiormente. Il terreno d'origine, posto a 250 m slm, è alcalino a medio impasto con presenza di scheletro; l'uvaggio prevede 90% di Sangiovese e 10% di altre varietà. Di colore rosso rubino intenso, tende al granato con l'invecchiamento. È fine al naso, mentre al gusto è intenso e persistente. La sua struttura è ampia, di grande equilibrio e grande armonia. Di queste bottiglie ne vengono prodotte circa 1 milione l'anno.



Il suo mercato principale rimane l'Italia, a sancire l'interesse dei consumatori per un brand che ha segnato la storia del vino nel nostro Paese. In particolare, la linea Gli Scudi, nonostante le recenti difficoltà dovute al Covid, evidenzia un trend positivo e ascendente delle vendite. Interessante comunque anche la performance commerciale all'estero soprattutto negli Usa e in Canada, ma anche in Germania, Gran Bretagna, Svizzera, Olanda, Russia e Giappone. Importanti anche i riconoscimenti internazionali: 92 punti di Wine Spectator alla vendemmia 2015, 93 punti di James Suckling alle vendemmie 2015 e 2018. cod 80337

Cecchi
Loc. Casina dei Ponti 56 - 53011
Castellina in Chianti (Si)
Tel 0577 54311 - **www.cecchi.net**

REFOSCO LOGGIA DEI COLLI
BUONA ACIDITÀ E GUSTO DECISO



Il Refosco dal Peduncolo Rosso Trevenezie Igt ha un magnetico colore rosso rubino dai riflessi violacei, porta un corredo fragrante di frutti rossi e sviluppa un sorso dinamico, dal gusto piacevolmente deciso

Per Martellozzo, la selezione Loggia dei Colli del territorio delle Venezie offre un ventaglio di vini dalla personalità chiara e definita, capace di tracciare percorsi di qualità, armonia ed equilibrio. Il nome della linea vuole essere un omaggio alla civiltà contadina. La Loggia è un "portico rustico", dove per tradizione si festeggiava in convivialità la fine della vendemmia e laddove il vino era l'espressione della terra e del lavoro delle sue genti.

Oggi come allora, i vini Loggia dei Colli raccontano a chi li beve echi di un tempo lontano, trasmettendo con il loro sapore pieno e delicato tutta la genuinità del territorio da cui nascono. Antichità romane si alternano a suggestioni longobarde e a incantevoli piazze incastonate fra le Alpi e il mar Adriatico, in un'affascinante cornice ricca di storia e cultura, dove il microclima particolarmente adatto alla coltivazione della vite si esprime in vini dinamici e pieni.

Il Refosco dal Peduncolo Rosso Trevenezie Igt Loggia dei Colli ha origine nei terreni alluvionali della fascia collinare del Friuli-Venezia Giulia. L'armonica e accattivante silhouette gustativa si sviluppa, nel calice, in un vino solido e grintoso che conserva la spinta minerale data dall'escursione termica e dai ciottoli da cui le uve traggono vita. Di un magnetico colore rosso rubino dai riflessi violacei, il Refosco Loggia dei Colli porta un corredo fragrante di frutti rossi in cui dominano le note di ciliegia matura, tipiche della varietà, che si susseguono a quelle di lampone, mirtillo e mora. Di buona struttura e acidità, sviluppa un sorso dinamico, dal gusto piacevolmente deciso, smussato dai tannini morbidi. Ideale su primi piatti saporiti e minestre di legumi, dà il meglio di sé in abbinamento alla carne di manzo e alla selvaggina.

Adatti sia per un consumo quotidiano sia per le occasioni importanti, i vini Loggia dei Colli sono disponibili nelle maggiori catene distributive del panorama nazionale ed internazionale. cod 79971

Martellozzo
via Pordenone 33 - 33080 San Quirino (Pn) - Tel 0434 963100
www.martellozzo.com

VINI DOC SICILIA OTTIMA ANNATA PER IL GRILLO 2020

Oltre 16 milioni le bottiglie prodotte, vini di notevole intensità aromatica e freschezza. Il Grillo è tra i vitigni che hanno conosciuto una maggiore crescita negli ultimi anni, in virtù delle sue caratteristiche uniche

Un'ottima annata: non è il film diretto da Ridley Scott e interpretato da Russell Crowe, ma la vendemmia 2020 di Grillo secondo quanto evidenziato dal Consorzio di tutela vini Doc Sicilia, presieduto da **Antonio Rallo**. «Nonostante le difficoltà vissute - commenta il presidente Rallo - i risultati complessivi del Grillo nel 2020 sono stati molto soddisfacenti e questo grazie all'impegno dei tanti produttori e al supporto del Consorzio, che non è mai mancato. Il Grillo si distingue tra le oltre 70 varietà autoctone della regione e, con più di 16 milioni di bottiglie prodotte nel 2020, è sicuramente tra i vitigni che hanno conosciuto una maggiore crescita negli ultimi anni, in virtù di caratteristiche qualitative e di versatilità uniche: per profumi, struttura e vivacità, oggi il Grillo è tra i più richiesti vini bianchi nazionali e per noi è un grande risultato».

In tutta la Sicilia la qualità del Grillo è stata molto buona e i vini dell'annata 2020 si distinguono per l'ottima intensità aromatica e freschezza. Nel 2020 sono state prodotte 16.490.617 bottiglie. Complessivamente, la quantità di uva è stata la più bassa nella storia dell'isola dal 1848, e sono stati prodotti circa 3,7 milioni di ettolitri. A livello climatico il 2020 è stato un anno leggermente meno piovoso rispetto alla media e questo ha contribuito a conservare le uve sane.

Sono più che positive le previsioni per la vendemmia di quest'anno, grazie all'ottimale andamento climatico nei mesi invernali e primaverili che ha permesso una perfetta maturazione delle uve. Lasciato alle spalle un 2020 complicato, il Consorzio guarda con ottimismo alla nuova raccolta, forte anche del positivo andamento dei primi otto mesi dell'anno che hanno evidenziato un incremento sostanziale dell'imbottigliamento, pari al 5%, per un totale di oltre 64 milioni di bottiglie prodotte.

A questo si aggiungono i dati positivi dell'export, con i bianchi siciliani che, nel primo quadrimestre dell'anno, hanno registrato addirittura un +45% di esportazioni rispetto al 2020, mentre i rossi si sono attestati sul +10%. cod 80096

Per informazioni: **siciliadoc.wine**



STRADA DEL VINO VALCALEPIO INTERPRETE DEI TREND DELL'ENOTURISMO



di ***Enrico Rota***
Presidente della Strada del Vino Valcalepio e dei Sapori della Bergamasca

La Strada del Vino Valcalepio e dei Sapori della Bergamasca è stata di nuovo interprete del mercato e delle tendenze legate a quel comparto, oggi più che mai, così fortemente strategico, grazie all'organizzazione degli Stati Generali del turismo enogastronomico. Un'iniziativa pensata per tracciare un bilancio in vista della ripartenza e, in particolar modo, ai prossimi eventi quali Bergamo e Brescia Capitali della Cultura Europea nel 2023, nonché i 25esimi Giochi olimpici invernali, noti anche come Milano-Cortina 2026, che si terranno dal 6 al 22 febbraio 2026 a Milano e Cortina d'Ampezzo.

Numerose personalità protagoniste del settore sono intervenute all'appuntamento del 24 settembre scorso, tenutosi a Bergamo nell'auditorium Ermanno Olmi della Provincia. Relatori d'eccezione sono stati **Paolo Morbidoni**, presidente della Federazione nazionale delle Strade del Vino, dell'Olio e dei Sapori, **Roberta Garibaldi**, presidente dell'Associazione Italiana Turismo Gastronomico, e **Raoul Tiraboschi**, vicepresidente di Slow Food Italia. Moderatore dell'incontro il giornalista enogastronomico, nonché firma di Itali a Tavola, **Giorgio Lazzari**.



Paolo Morbidoni, Giorgio Lazzari, Roberta Garibaldi, Enrico Rota e Raoul Tiraboschi

I saluti istituzionali sono stati portati dall'assessore al Turismo della Provincia di Bergamo Claudio Bolandrini, dal deputato on. Alberto Ribolla, dall'assessore al Turismo, Moda e Marketing territoriale di Regione Lombardia Lara Magoni, dal Consigliere segretario dell'ufficio di presidenza del Consiglio di Regione Lombardia Giovanni Malanchini, dal Segretario generale della Camera di commercio di Bergamo Paola Esposito e dal consigliere del Comune di Bergamo con delega Unesco Roberto Amaddeo.

Sono poi intervenuti il presidente della Federazione Strade del Vino di Lombardia Gianni Boselli, il presidente della Strada Vino Oltrepò Pavese Giorgio Allegrini, il presidente della Strada del Moscato di Scanzo e dei Sapori Scanzesi Davide Casati, la presidente di Ascovilo Giovanna Prandini e il presidente della Coldiretti di Bergamo Alberto Brivio. Per i Consorzi di tutela, presenti Francesca Pagnoncelli ed Emanuele Medolago Albani, rispettivamente presidenti del Consorzio Tutela Moscato di Scanzo e del Consorzio Tutela Valcalepio.

Durante gli Stati Generali sono emersi diversi contesti ed opportunità: l'obiettivo dell'incontro si concretizzerà in futuro nella stesura di un documento contenente tutte le situazioni e le proposte emerse, da sottoporre alle varie autorità, in grado di mettere in evidenza progetti e proposte valide sia per un profilo nazionale che regionale. cod 80267

Per informazioni:
www.stradadelvalcalepio.com



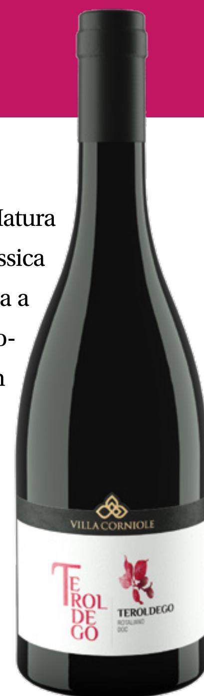
RIPARTIAMO DAL VINO

*Per affrontare con positività e lo sguardo rivolto al futuro la situazione attuale, cercando di lasciarci alle spalle il Covid-19, l'head sommelier del ristorante Terrazza Gallia di Milano, **Paolo Porfidio**, vincitore del Premio Italia a Tavola-Personaggio dell'anno 2019, nella categoria Sala e Hotel, prosegue su **www.italiaatavola.net** la video-rubrica dedicata ad alcune eccellenze del panorama vinicolo italiano. In queste pagine proponiamo la sintesi di alcune fra le più recenti video-degustazioni.*



Teroldego Rotaliano Doc 2018 Villa Corniole

Il Teroldego è il vitigno a bacca nera più importante del Trentino. Matura tra la metà di settembre e gli inizi di ottobre e viene allevato con la classica pergola trentina. Ha legami di parentela con vari altri vitigni, dovuti sia a incroci spontanei sia all'azione dell'uomo. Dagli studi sul suo Dna, comunque, sappiamo che è imparentato con Lagrein, Marzemino, Syrah e molto probabilmente anche con il Pinot Nero. Teroldego Rotaliano 100%, il "Pietramontis" di Villa Corniole ha colore rosso rubino intenso. Al naso è intenso, fruttato, con sentori di lamponi e ribes, ampio e fine. Al gusto è secco, deciso, di giusta sapidità e tannicità. È un vino ideale per accompagnare i piatti tipici trentini ricchi e sapidi, come anche primi piatti corposi, ad esempio lasagne, e con secondi piatti quali arrosti, grigliate e formaggi stagionati. cod 79934



Montepulciano d'Abruzzo Doc Riserva Plateo 2015 Agriverde



Rosso rubino profondo con riflessi violacei e bordo granato. Al naso si esprime con grande eleganza con ampi profumi di frutta rossa matura e fini note speziate di cacao, vaniglia, chiodi di garofano, caffè e cannella. Al palato è un vino di grande struttura, eleganza, equilibrio e di lunga persistenza. I tannini sono raffinati e vellutati. Ideale in abbinamento ad antipasti a base di salumi e primi piatti a base di sughi e carne, tartufo e funghi porcini, ma anche con arrosti e cacciagione, formaggi stagionati e cioccolato fondente. Plateo è l'icona di Agriverde e della famiglia Di Carlo, frutto della storia, della tradizione, della passione ma soprattutto della continua sperimentazione in tutte le fasi di produzione, dalla vigna fino alla bottiglia. Plateo 2015 è la prima annata con la denominazione "Riserva". Poiché solo le migliori annate vengono destinate alla produzione del Plateo, ogni bottiglia esprime la massima potenza di frutto e sostanza estrattiva. cod 78602

Ruché di Castagnole Docg "Laccento" 2019 Montalbera

La zona di produzione è quella di Castagnole Monferrato, in provincia di Asti. La vendemmia avviene per l'80% in maturazione ottimale, per il 20% in leggera sovramaturazione direttamente in vigna. Vinificazione tradizionale in rosso con affinamento in vasche di acciaio e successivamente in bottiglia posizionata in senso orizzontale a temperatura controllata. Il colore è rosso rubino intenso con riflessi violacei in gioventù, tendenti al granato dopo alcuni anni di affinamento in bottiglia. Il profumo è intenso, persistente, con un cenno di aromaticità in petali di rosa e frutti di bosco in confettura. Il sapore è caldo, piacevole e di rara setosità. Ideale in abbinamento con piatti saporiti a base di carni rosse o formaggi di media stagionatura. cod 76387





Vallepicciola Chianti Classico 2018

Il Chianti Classico della cantina Vallepicciola nasce a Pievasciata esclusivamente da uve di Sangiovese, che crescono su terreni calcarei e argillosi. Questo uvaggio viene vendemmiato tra la fine di settembre e gli inizi di ottobre e subisce in piccoli tini di acciaio a temperatura controllata sia la fermentazione alcolica che la macerazione per circa 10 giorni. Dopodiché avviene la fermentazione malolattica in botti di rovere francese e l'invecchiamento per un anno in botti grandi.

Il processo di produzione si conclude con un affinamento dai 3 ai 5 mesi in bottiglia. Il risultato è un Chianti rotondo e fruttato, perfetto da sorseggiare in compagnia di pietanze a base di carne e formaggi stagionati. Il colore è rosso rubino brillante. Al naso si sprigiona un aroma invitante e fruttato di ciliegia matura. In bocca regala tannini morbidi e vellutati con una buona persistenza retrolfattiva. cod 74002



Aglianico del Vulture Doc "Titolo" 2018 di Elena Fucci

Torre Titolo è una casa di campagna gialla alle porte di Barile, nel nord della Basilicata, immersa fra vigneti ed uliveti che custodisce gelosamente da quattro generazioni la storia della famiglia Fucci e, da pochi anni, la storia di uno dei vini più prestigiosi dell'enologia lucana: Titolo, dal nome dell'omonima contrada. 100% Aglianico del Vulture, è un vino ottenuto con tradizionale fermentazione in rosso a temperatura non superiore ai 22-24°C. Maturazione in barriques nuove per almeno 12 mesi. Imbottigliamento verso la fine dell'anno successivo alla vendemmia. Affinamento in bottiglia per 12 mesi prima di avviarsi al mercato. Il colore è rubino intenso con spiccati riflessi granati.

Profumo ampio e complesso, decisamente fruttato ed etereo, con nitidi sentori speziati. Sensazioni spiccate di ciliegia e di confettura di frutta, ribes e rosmarino, tabacco e cannella con leggeri accenni di vaniglia. Sapore secco, caldo, di ampia struttura e lunga persistenza aromatica. Vino di spiccata personalità, ancora assai giovane e destinato ad un grande futuro. cod 73867



"Sosta Tre Santi" Etna Doc Rosato Brut Metodo Classico di Tenute Nicosia

La straordinaria versatilità del Nerello Mascalese consente anche la produzione di spumanti rosati metodo Classico di assoluta eccellenza, come il nuovo Sosta Tre Santi Etna Rosato Brut Millesimato a dosaggio zero, prodotto con selezionate uve provenienti dagli alti terrazzamenti lavici del versante sudorientale del vulcano. Alla vista si presenta di colore rosa antico con sfumature ramate. Al naso offre un aroma complesso, con sensazioni che spaziano dal floreale ai frutti rossi alle spezie, sentori di fiori secchi, miele d'acacia, cannella e chiodi di garofano. In bocca è caldo e strutturato, ha una bella freschezza e un gusto morbido ed elegante, in cui si ripresentano le stesse note mielate e speziate avvertibili al naso. Colpisce la grande sapidità di origine minerale e la lunga persistenza. A tavola ben si abbina a risotti ai crostacei, piatti saporiti a base di tonno, baccalà in umido, ma anche a salumi e formaggi semi stagionati, roastbeef, carni speziate e coniglio alla cacciatora. cod 73763

BEN...BEVUTI AL SUD

UN PREZIOSO NOCERA DOC NASCE DA... L'ARTE DI MIMMO PAONE



di *Gianni Paternò*

La famiglia Paone vive in mezzo ai vigneti da oltre cento anni, iniziando dalla produzione delle barbatelle fino all'acquisto e la commercializzazione di vino. La svolta produttiva arriva con Mimmo, enologo. L'azienda attuale con 8 ettari nasce negli anni '90 impiantando le prime vigne in territorio di Torregrotta, dove nel 2004 sarebbe nata la Doc Mamertino, e di Messina dove già dal '74 esisteva la Doc Faro. Ma il grande merito di Mimmo fu la riscoperta del Nocera un vitigno di antica tradizione, esclusivo della provincia messinese, capace di dare vino a forte grado alcolico che prendeva le strade verso il nord, specie Piemonte, per irrobustirne anemici vini. Come spesso succede fu poi dimenticato per dar posto alle mode del momento, iniziando un lento, completo declino. Mimmo fu il primo che lo ripristina, ci studia sopra, lo valorizza per farne un suo vino di punta. Nocera dà vini con caratteristiche simili al Nebbiolo, con acidità totale elevata, struttura, intensità. I vini provenienti dalla proprietà sono biologici ma non etichettati tali per la burocrazia, poi si acquistano altre uve da produttori selezionati in tutta la regione.

Le bottiglie sono 250mila in tante etichette, in pratica acquistando i vini Paone si possono provare le peculiarità dei territori siciliani. Degustiamo Arte 2017 Doc Nocera che vinifica in tini Ganimede brevettati, affina 6 mesi in acciaio, 12 in botte e poi tanta bottiglia. Nel calice colore rubino denso; un naso complesso, serioso e avvincente su tonalità balsamiche e speziate accompagnate da frutta rossa; al gusto il corpo è notevole ma non pesante, tanta armonia tra tannini, acidità e fragranza, molto lungo ed appagante. Gustatelo celibe o sposato con le carni anche grasse. cod 80519



BOLLICINE... CHE PASSIONE

SUBLIMIS, LE BOLLICINE FRANCIACORTA DI UBERTI PORTANO SULLE STELLE



di *Piera Genta*

Sublimis, già il nome che ricorda qualcosa di celestiale avvalorato anche dall'etichetta: la magia del cielo stellato incastonato in una cornice argentata. 100% Chardonnay da un singolo vigneto situato a Calino non lontano da Erbusco (Bs), sede dell'azienda produttrice, Uberti. I terreni sono collinari di origine morenica, ben esposti.

Presenti sul territorio dall'Ottocento, si sono affacciati sulla scena vinicola moderna nel 1980 con spumanti Metodo Classico raffinati e complessi. L'evidenziare le caratteristiche di ogni singolo vigneto per esprimere in bottiglia la singola personalità è la filosofia di questa azienda, una dei fondatori del consorzio Franciacorta.

Sublimis Franciacorta Dosaggio Zero Riserva millesimato: vendemmia 2014, degorgiato a febbraio 2021, un Metodo Classico, fermentazione del mosto in tini di rovere naturale e dal lunghissimo periodo di affinamento sui propri lieviti. Un bicchiere raffinato che avvolge con profumi di agrumi canditi accompagnati dalla nota di tostato. Dinamico, una chiusura lunga in cui non si trova traccia di maturità. Fresco e vibrante. cod 80517

LA SEDUZIONE DELL'ETICHETTA

SUL BRUT ROSÉ DI CINELLI COLOMBINI, LA TELA DI PIENZA

di *Piera Genta*

A tre anni dall'avvio del progetto si presenta sul mercato un Metodo Classico Brut Rosé di Donatella Cinelli Colombini che parla toscano, Sangiovese in purezza, nato per essere abbinato al tartufo bianco delle Crete Senesi. E il packaging ha un tocco d'autore. Iniziamo dall'etichetta, nata dalla creatività di Alessandro Grazi, pittore e scultore senese di fama internazionale che vive ad Asciano. Nella texture dell'etichetta e nel collarino della bottiglia troviamo il richiamo alla tela di Pienza, caratteristica per il disegno a diamante in colore avorio naturale, che veniva prodotta proprio nel borgo omonimo. Un tessuto che ha un passato illustre e che si può ammirare in alcune opere pittoriche medievali.

Completano il packaging la scatola serigrafata in materiale ecologico e il richiamo al logo dell'azienda con la colomba. Il vino è prodotto in 1.433 bottiglie con la consulenza di Josef Reiterer della cantina Arunda. Abbinamento ideale con i tagliolini al tartufo. cod 80515



DÉJÀ BÙ

DONNAFUGATA, LA MIGLIORE IMMAGINE DELLA SICILIA DEL VINO



di *Guido Ricciarelli*

Donnafugata, guidata con mano sicura dai fratelli Antonio e Josè Rallo, resta per noi anzitutto legata al ricordo dell'ingegno imprenditoriale e delle qualità umane del padre fondatore Giacomo e della madre Gabriella. Questa è senza dubbio una delle poche aziende isolane che sa come esportare in tutto il mondo la migliore immagine della Sicilia del vino. Fra le tante etichette di una gamma equamente distribuita fra vini rossi, bianchi e rosati, il nostro focus principale riguarda l'Etna. Parliamo di vini ben fatti, lineari, specchio di un territorio che esprime storia, cultura, diversità. Alle solide certezze costruite nel tempo con un sapiente mix di uve autoctone ed internazionali che ha dato vita ai vini più conosciuti (Tancredi e Mille e Una Notte, per intendersi), si è aggiunta appunto la sfida etnea.

Etna Rosso Sul Vulcano 2017 ed Etna Rosato Sul Vulcano 2019 hanno molti punti in comune. L'Etna Rosso, da uve nerello mascalese e nerello cappuccio, veste un colore rosso rubino con riflessi granato. Naso elegante, nitido, intenso, con profumi di ciliegia, mora e melograno, ai quali si affiancano note floreali e cenni speziati. Al palato è fresco, completo, incisivo, dotato di un'ottima progressione, tannini molto fini e lunghissima persistenza. Crescerà ancora nel tempo.



L'Etna Rosato, da uve nerello mascalese e nerello cappuccio, visivamente mostra riflessi aranciati. Nitido all'olfatto, con profumi di fragoline di bosco, lampone e cenni speziati. Al palato, in linea con i profumi, presenta freschezza, ricchezza aromatica e grande sapidità. Vivace il finale.

Lasciamo l'Etna con il Lighea 2019, da uve zibibbo. Molto varietale, si presenta di un colore giallo paglierino intenso con riflessi dorati. Naso pulito con note floreali di rosa arricchite da erbe aromatiche, come maggiorana e mentuccia. Al sorso fresco, consistente, armonico, salino e lungo, si aggiungono sentori di fiori d'arancio, scorza di agrumi canditi, zagara e lime. Un trittico di grande spessore. cod 80305


OTUS

Per un birraio l'esperienza, la competenza e la creatività sono valori imprescindibili; tuttavia, in un settore in espansione come quello della birra artigianale, diventa sempre più importante anche la qualità dei servizi commerciali. Le birre Otus sono distribuite tramite il canale Horeca fuorché nella grande distribuzione, ciò a conferma dell'attenzione che il birrificio riserva ai propri clienti.

Abbiamo chiesto a **Giampietro Rota**, responsabile commerciale di Otus, quali sono i criteri che guidano l'organizzazione della rete distributiva: «Il rapporto fra Otus e i consumatori si realizza nei locali che spillano le nostre birre, per questo i rivenditori sono i partner più importanti del birrificio. Se la qualità delle birre è fondamentale, non meno importanti sono l'immediata disponibilità, le consegne puntuali e l'assistenza tecnica. I nostri protocolli operativi assicurano genuinità e continuità del gusto, i consumatori ritrovano i profumi e i sapori Otus che hanno già apprezzato in precedenza. Pur non contenendo additivi chimici, conservanti e surrogati, le Otus sono stabili e rimangono fragranti».

Il marketing strategico Otus si traduce in benefici per i rivenditori

Il logo Otus, in cui il gufo seduce lo spettatore con uno sguardo magnetico, è il punto focale dell'identità forte e distintiva creata da Mete Comunicazione e Design. I clienti di Otus sono supportati da iniziative di marketing che migliorano il rapporto con il consumatore finale; spaziano dal marketing relazionale - con eventi e presenza nei social media - al merchandising, all'editoria web. Recente è il lancio di Otus Trip, il nuovo magazine online che esplora il mondo in cerca di storie, culture, tradizioni ed eventi brassicoli.



Giampietro Rota



Alessandro Reali

Birre apprezzate da un vasto pubblico

Le "birre del gufo" hanno un'indole popolare. In questo settore che ha visto nascere e sparire numerosi birrifici, Otus è una realtà solida e in crescita che sa coniugare artigianalità e servizi commerciali efficienti e che produce birre artigianali apprezzabili da un largo segmento di consumatori. Una scelta che si è dimostrata vincente e anticipatrice delle tendenze del settore. «Le birre innovative della Rivoluzione Artigianale - spiega **Alessandro Reali**, birraio di Otus - hanno allargato gli orizzonti del gusto, tuttavia ora si manifesta un ritorno agli stili brassicoli classici».

Alla base della filosofia aziendale per il prossimo futuro troviamo la valorizzazione del territorio. Con "territorialità" il birrificio bergamasco intende l'intero territorio nazionale, puntando sulla sostenibilità e sulla filiera controllata, che sono temi attualissimi su tutti i fronti. ➔

Birre pluripremiate a livello internazionale

Inoltre, i numerosi premi ottenuti da Otus nei concorsi internazionali sono un valore concreto a supporto del rapporto con il consumatore nei punti di mescita. La qualità del marketing trova infatti riscontro nei vari riconoscimenti ottenuti dal birrificio artigianale di Seriate (Bg) nei più importanti concorsi brassicoli internazionali. Chi spilla Otus nel proprio locale può proporre agli appassionati birre pluripremiate quali per esempio Ambranera e Pils2: quest'ultima nel 2020 è stata la prima birra italiana a salire sul podio nella Categoria 2 German-style Pilsner al concorso European Beer Star, giunto lo scorso anno alla 17ª edizione.

cod 80455

Birrificio Otus
via Rumi 7 - 24068 Seriate (Bg)
Tel 035 296473
www.birrificiootus.com















B5

- Medaglia d'argento Cat. 4.10 Brussels Beer Challenge 2020
- Medaglia d'oro Cat. 4A Barcelona Beer Challenge 2020

RED&GO

- Medaglia d'oro Cat. 15A Barcelona Beer Challenge 2020
- Medaglia d'argento Cat. 3.2 Brussels Beer Challenge 2019



AMBRANERA

- Birra Imperdibile Guida alle Birre d'Italia 2021 Slow Food
- Medaglia d'oro Cat. 5.4 Brussels Beer Challenge 2019
- Medaglia di bronzo Cat. 41 European Beer Star 2019
- 2ª classificata Cat. 19 Associazione Unionbirrai Birra dell'anno 2018

PILS²

- Medaglia d'argento Cat. 4.3 Brussels Beer Challenge 2020
- Medaglia di bronzo Cat. 2 European Beer Star 2020
- Certificato d'eccellenza Cat. 4.3 Brussels Beer Challenge 2019
- 3ª classificata Cat. 1 Associazione Unionbirrai Birra dell'anno 2019

SIDE B

- Medaglia d'argento Cat. 29 European Beer Star 2018



BIRRA ARTIGIANALE IN CONTINUO FERMENTO E AL PASSO CON LA TECNOLOGIA

La birra artigianale è nata negli anni '80, eppure è solo negli ultimi anni che è diventato un trend diffuso. Inizialmente, infatti, il mondo brassicolo era riservato a pochi eletti ma oggi, grazie all'evoluzione dei trend di consumo e a brand diventati "modaioli" esso vive un suo personalissimo Rinascimento. Secondo Unionbirrai, oggi in Italia ci sono circa 700 birrifici artigianali e 300 "beer firm" (produttori che si appoggiano ad altri birrifici). Le aperture sono continue e tra il 2010 e 2016 il numero di birrifici è triplicato. Oggi, in media, un birrificio produce all'anno circa 730 ettolitri (il 4,2% della produzione italiana) rispetto ai 450 ettolitri di qualche anno fa (1,1%). Tra i pionieri della birra artigianale possiamo citare, ad esempio, Baladin a Piozzo (Cn), Beba a Villar Perosa (To), Birrificio Italiano a Lurago Marinone (Co), Birrificio Lambrate a Milano e Birrificio Turbacci di Mentana (Rm).

Interessante la storia da un coraggioso ragazzo di 29 anni, **Nicolò Daolio**, che ha aperto durante un periodo storico così particolare il birrificio Mad One, una realtà fresca e innovativa con sede a Casalmaggiore (Cr). Mad One è un microbirrificio che vende, produce e serve birra. Sono partiti subito con la vendita e il delivery, poi con il "beer garden" dove si possono consumare molte tipologie di hamburger ascoltando musica dal vivo. Da poco hanno ultimato la zona interna, in previsione dell'autunno, dove saranno disponibili diversi posti al coperto.

Nicolò, com'è nata la tua passione per la birra? E come è nato Mad One?

La passione per la birra si è concretizzata nel 2014 quando acquistai un kit da home-brewer e feci la mia prima birra. In realtà fin da piccolo ho sempre avuto molto interesse e curiosità nei confronti della cucina, in particolare verso l'artigianalità dei prodotti. Il progetto Mad One nasce nel 2015 durante gli studi universitari, mosso dal desiderio di unire queste mie due grandi passioni: birra e cucina.

Siete una realtà molto giovane, aprire un locale in questo momento storico è stata una sfida?

Assolutamente sì! L'andamento del mercato e il periodo che i consumatori hanno vissuto non ci hanno permesso inizialmente di lavorare come sperava-

mo. Grazie alla perseveranza e all'impegno di tutto lo staff siamo riusciti a non demordere e ad arrivare ad oggi trasmettendo la nostra filosofia iniziale. Questo ci ha dimostrato che anche se il periodo non era dei migliori ciò in cui credevamo era più forte ed estremamente importante da realizzare.

Che tipologie di birre producete?

Grazie al nostro mastro birraio Riccardo produciamo 8 tipologie di birre: "Moana" una Session Ipa con luppoli neozelandesi, "Home" una classica Hells, "Paint it Black" una Stout in versione irlandese, "Lochtrip" una Ipa, "March Hare" una Marzen, "Genesis" una Pilsner, "Banana Soul" una Weiss ed infine l'ultima arrivata una Red Ipa. Ci piace continuare a sperimentare e offrire ai clienti tanti stili diversi, per accontentare tutti i palati.

Dalla birra agli hamburger, siete in continua evoluzione; ci saranno novità sul fronte ristorazione?

Molte novità! Oltre a nuovi hamburger abbiamo in programma di inserire dei piatti di orientamento fusion rimanendo comunque sullo stile della cucina italiana. Proseguendo con il concept artigianalità anche i dolci verranno preparati direttamente dal nostro chef.

Le etichette delle vostre birre sono molto particolari, quanto è importante per voi il packaging?

Fondamentale! L'etichetta è il primo impatto sul cliente. Ci piace l'idea che ogni etichetta racconti una storia e che il cliente possa riviverla durante la degustazione. Per non andare fuori tema anche le etichette sono disegnate a mano… artigianalità al 100%! Un esempio può essere la birra "Home", dedicata al nostro territorio, l'etichetta rappresenta la nostra casa, Casalmaggiore, con il fiume Po alla luce del tramonto.

Il caso Mad One a Casalmaggiore: un microbirrificio con annesso un locale, per un'esperienza 100% artigianale dalla produzione al consumo. Un progetto di un coraggioso ragazzo di 29 anni, Nicolò Daolio

Come comunicate con i vostri consumatori? Utilizzate i social? App per il delivery?

Si, cerchiamo di rimanere sempre al passo coi tempi. L'80% del nostro mercato viene influenzato dai social che sono aggiornati e nutriti di contenuti quotidianamente. Per il delivery abbiamo creato una piattaforma legata al gestionale che permette al cliente di effettuare ordini e pagamenti in completa autonomia da casa, accessibile comodamente da un link presente nella bio del nostro profilo Instagram.

Riguardo ai progetti futuri, ci saranno delle novità da Mad One? Puoi svelarci qualcosa?

Mad One esiste da un anno e il locale ha aperto a maggio di quest'anno. Siamo all'inizio di un viaggio che fin da subito ci ha portato soddisfazioni, sicuramente le tappe sono ancora molte e i progetti anche a breve termine non mancano. Sul fronte birrificio avremo differenti novità come la Red Ipa, appena uscita, oppure la birra di Natale che sarà lanciata sul mercato i primi di dicembre. Inoltre, da ottobre raddoppieremo la produzione! Vogliamo lasciarvi con un po' si suspence e non svelarvi troppo per lasciavi scoprire le prossime novità senza spoiler.

Un settore in espansione

La tradizione brassicola è sempre in continua espansione su tutto il territorio con la missione di proporre sempre più prodotti di alta qualità. Va ricordato che il Covid naturalmente non ha risparmiato i microbirrifici che, nel 2020, hanno subito chiusure improvvise e impossibili da programmare. Stando ai dati, c'è un normale rallentamento nelle aperture, ma i numeri sono in aumento. Il trend è in continua espansione: secondo Microbirrifici.org, ad oggi sono presenti in Italia 1.920 birrifici, a fine 2020 invece 271 brewpub e 616 beerfirm. cod 80377

Per informazioni: **www.jacleroi.com**



Nicolò Daolio



RUM: DISTILLATO DALLA STORIA MILLENARIA, SINONIMO DI CONVIVIALITÀ

di ***Giorgio Lazzari***

Il rum è uno dei distillati più antichi della storia dell'uomo. Indicato anche come "rhum" nei Paesi di lingua francese e "ron" in quelli spagnoli, è un'acquavite ottenuta dalla canna da zucchero. In Oriente si produceva già nel 2500 a.C., ma è la sua storia recente ad averlo elevato tra i must della convivialità. Con la scoperta del Nuovo Mondo, per molto tempo il rum è stato il distillato di una classe povera, degli schiavi. E a complicare il tutto ci si è messa la protezione dei prodotti interni, perlopiù il brandy, da parte delle Nazioni colonizzatrici.

Il primo grande salto verso un consumo globale, però, questo distillato lo fa a metà del 1600, quando sale a bordo delle navi della marina britannica, per poi arrivare in Europa, principalmente a Londra e nei Paesi Bassi. Di qui il retaggio storico e culturale del rum invecchiato in climi freddi, che ancora oggi trova spazio e apprezzamento nel mercato. Con le guerre di indipendenza, l'abbandono del colonialismo e il proibizionismo americano, tuttavia, il rum subisce un duro colpo in termini di esportazione e di immagine.

«Nella storia più recente, quella post proibizionismo, il distillato torna alla ribalta sulla scena mondiale ma configurandosi come un prodotto da miscelazione, non certo con la velleità di rubare il posto al brandy, al whisky e agli altri distillati da balloon», spiega **Leonardo Pinto**, "rum searcher" dalla fine degli anni '90 e gestore del blog Isla de Rum. «Quella della degustazione, dei prodotti di alto livello, o di lungo invecchiamento, è una storia recente. Già dagli anni Ottanta il rum comincia infatti a ritagliarsi una fetta di mercato presso i consumatori di distillato liscio, che via via ne apprezzano la potenza, le sfumature aromatiche e la qualità».

Nei successivi 20 anni vengono prodotti distillati qualitativamente sempre più elevati, tanto da scardinare il preconcetto del rum come semplice ingrediente di un drink. «Oggi, in questa nuova veste, il rum è un prodotto incredibilmente versatile - prosegue Pinto - è uno dei distillati più utilizzati per la miscelazione, ma anche da degustazione, apprezzato e considerato come tale. Questa evoluzione ha inevitabilmente portato con sé anche la curiosità riguardo ai suoi standard di produzione, e di conseguenza la ricerca e la formazione di gran parte degli appassionati e degli operatori. Una strada simile a quella percorsa dallo scotch whisky qualche decennio prima». Emblematica, in questo contesto, la presa di consapevolezza anche degli enti normativi europei, con la nuova norma Spirits.

Alla luce di tutto questo, dove può ancora arrivare questo distillato? «Io credo che l'iter di tutti i distillati sia un po' lo stesso - ammette Pinto - anche se in epoche e contesti culturali diversi. All'inizio c'è il trend, che porta ad acquisire consapevolezza del prodotto; successivamente c'è la ricerca, lo studio e la comunicazione che comincia ad acquisire sostanza. Questo crea gruppi di appassionati sempre più nutriti che pian piano vanno alla ricerca di realtà più piccole, un po' fuori dagli schemi, per il gusto della scoperta. Infine c'è la presa di consapevolezza della qualità oggettiva di un prodotto e quindi emergono quelle realtà ➡



produttive che nel tempo hanno fatto della qualità il loro cavallo di battaglia. Oggi ci troviamo a cavallo delle ultime due fasi, ovvero da un lato via via stiamo prendendo consapevolezza della qualità oggettiva, ma siamo ancora molto affascinati dalla novità, dalla nuova provenienza, dalla produzione che non ci si aspetta, proprio perché non abbiamo ancora esplorato davvero tutto il mondo di produzione di questo distillato».

In conclusione, ci troviamo ancora in un momento di estrema crescita positiva per il settore. Il consumatore comincia infatti a prendere in considerazione realtà produttive di altissima qualità, apprezzandone la diversità e le qualità intrinseche, come nel caso della Cachaca del Brasile, o del rum agricolo di Madera, prima un po' snobbate. Ma c'è ancora molto da scoprire e molte regioni attendono la linfa della curiosità del consumatore per esplodere, come il Messico con la sua Charanda o Capoverde col suo Grogue.

Nel catalogo Rossi & Rossi rum e distillati da tutto il mondo

Rossi & Rossi non è solo distribuzione. C'è infatti un filo conduttore che lega l'azienda trevigiana ai produttori, ai clienti professionisti e ai consumatori che frequentano i locali: la voglia di vivere nuove esperienze, il desiderio di conoscere, di sperimentare, di raccontare. Il catalogo di Rossi & Rossi contiene solo spiriti distribuiti in esclusiva che non sono presenti in Gdo, grazie a distillati che incarnano un insieme di valori e di emozioni. I prodotti rappresentano questa comunità di appassionati che non è mai sazia, che gode sperimentando, che vuole saperne di più, che rispetta e studia l'arte del barten-



ding d'eccellenza e che vive di racconti. Quei racconti che il produttore è in grado di trasmettere, in modo che l'azienda possa raccontarli ai clienti, che vengono guidati anche per quanto concerne le evoluzioni del mercato, i trend, le tendenze e gli andamenti dei consumi.

Rossi & Rossi è un'azienda a gestione familiare, che negli anni ha evoluto la propria metodologia per operare una selezione sempre più cosciente delle migliori specialità da tutto il mondo, fino ad arrivare ad essere proprietaria di tre brand di assoluta qualità: Wilson & Morgan, Ron Millionario e Rum Nation. Rum Nation nasce nel 1999 dopo aver raccolto tutta l'esperienza maturata in anni di ricerca, di rigorosa selezione e di accurate degustazioni fra il Tropico del Cancro e l'Equatore.

Il nuovo prodotto della linea Rum Nation distribuito da Rossi & Rossi è "Meticho Rum Spirit Drink". È stato creato per i palati moderni, per coloro che amano i rum facili, immediati e con un grande impatto gusto-olfattivo. Si tratta di un rum di melassa proveniente da una distilleria del Centro America, realizzato con infusioni di scorze di arance, limoni e mandarini di origine italiana, con un tocco di elegante vaniglia. L'etichetta rievoca la favola di "Alice nel Paese delle Meraviglie", con l'obiettivo di regalare felicità e spensieratezza. Nonostante i 40 gradi alcolici, si presenta morbido, rotondo e facile per tutti i palati, soprattutto per i consumatori che si stanno avvicinando ai distillati.

«Per noi di Rum Nation, il rum è una cosa seria - sottolineano dalla Rossi & Rossi - ma amiamo anche gustarlo in ricette creative. Abbiamo sempre sognato un liquore al rum con il nostro gusto all'italiana, un gusto solare pieno di agrumi, di arance e di calore mediterraneo. Il risultato è un luminoso e delizioso liquore principalmente incentrato su un infuso di scorze d'arance italiane, accuratamente preparato a partire da una base di un rum dolce e vellutato del Centro America. La nostra ricetta speciale aggiunge varie proporzioni di altre essenze di agrumi (arancia rossa, limone e mandarino), un tocco di vera vaniglia e qualche goccia dei nostri aromi segreti. Il risultato è gradevole, dolce, mieloso e fragrante: morbido e fruttato al massimo. Il consiglio è di assaggiarlo liscio come digestivo, goderlo freddo o con ghiaccio per un'esperienza rinfrescante, ma consigliamo di provarlo anche in un cocktail». cod 80484

Distribuito da: **Rossi & Rossi**
viale IV Novembre 62 - 31100 Treviso
Tel 0422 543377
www.rossiandrossi.it

GRAPPA

I III RE REFOSCO

PREMIO SPECIALE "IL VESTITO DELLA GRAPPA"

MEDAGLIA D'ARGENTO

Refosco, nobile vitigno autoctono che, grazie alla passione, alla sapienza e alla pazienza dei mastri distillatori di DOMENIS1898, è stato incoronato uno dei Re indiscussi della produzione, nonché vincitore del premio speciale "Il vestito della grappa", riservato alla bottiglia più bella per etichetta e forma e assegnato da una giuria di giornalisti, architetti e operatori esterni al mondo della distillazione.

Intenso, persistente e gradevolmente speziato. Questo pregevole distillato dal colore ambrato, affinato in barrique e caratterizzato da morbidi aromi vanigliati all'olfatto e sentori di vellutate essenze legnose al gusto, eletto Miglior Distillato dell'Anno al Frankfurt International Trophy 2021, è anche tra i prodotti premiati da Anag per valorizzare la produzione di spirits di qualità.



DOMENIS1898
via Darnazzacco 30 - 33043 Cividale del Friuli (Ud) - Tel 0432 731023
www.domenis1898.com



ALAMBICCO D'ORO

3 BEST GOLD A GRAPPE INVECCHIATE

Il Premio Alambicco d'Oro si è confermato ancora una volta una passerella di prestigio per il distillato italiano di alta qualità. La 38ª edizione del concorso nazionale promosso da Anag, Associazione nazionale assaggiatori grappa e acquaviti, ha assegnato 83 medaglie a grappe, acquaviti e brandy da tutta Italia, di cui 3 Best Gold, 50 Gold, 30 Silver e 2 premi speciali. I prodotti sono stati selezionati dalla giuria di assaggiatori Anag provenienti da tutte le regioni e riuniti nei giorni scorsi a Vicenza nel rispetto delle norme anti Covid-19.

Pioggia di medaglie per le grappe invecchiate, ma piace tutto il distillato italiano. Sono ben 39 le medaglie andate alla grappa invecchiata (3 Best Gold, 24 Gold e 12 Silver). Seguono la grappa giovane, con 19 riconoscimenti (13 Gold e 6 Silver); la grappa giovane aromatica con 9 medaglie (4 Gold e 5 Silver), la grappa invecchiata aromatica con 7 riconoscimenti (5 Gold e 2 Silver) e la grappa aromatizzata con 4 medaglie (1 Gold e 3 Silver). Quattro anche i riconoscimenti per la categoria Brandy (3 Gold e 1 Silver). Al medagliere Anag si aggiunge anche 1 medaglia per l'acquavite d'uva giovane aromatica (1 Silver).

Il medagliere del 38° Premio Alambicco d'Oro diviso per regioni vede al primo posto il Trentino Alto Adige, con 27 medaglie, seguito da Piemonte (24 medaglie), Veneto (7), Puglia, Toscana e Sardegna (4 ciascuna), Lombardia (3), Lazio, Liguria e Sicilia (2 ciascuna), Basilicata, Friuli Venezia Giulia e Valle d'Aosta (1).

Il premio speciale riservato alla azienda con il miglior punteggio complessivo è andato alla Distilleria Sibona. "I III Re Refosco" di DOMENIS1898, già medaglia d'argento, ha conquistato invece il premio speciale "Il vestito della grappa", riservato alla bottiglia giudicata più bella per etichetta e forma e assegnato da una giuria composta da giornalisti, architetti e operatori esterni al mondo della distillazione. cod 79964



MARTINI 5 DOMANDE PRIMA DI SERVIRLO

Shaken, not stirred. Così beve il Martini James Bond, l'agente segreto più affascinante e famoso della letteratura e del grande schermo, tornato da poco nelle sale con l'attesissimo No Time to Die. Per l'occasione Mattia Pastori, mixologist expert e founder di Nonsolococktails, da grande appassionato di Martini Cocktail ha deciso di fare un excursus sulla storia di uno dei cult della mixology e condividerne i segreti per preparalo in modo perfetto in base ai gusti di ciascuno.

«A differenza degli altri drink, un Martini non è mai uguale all'altro, perché prima di essere una ricetta è un rito tra barman e ospite - racconta **Mattia Pastori** - la bravura di un bartender nel realizzare questo cocktail non passa solo dalla tecnica, ma dalla capacità di creare empatia e capire gusti e desideri del proprio ospite, senza tralasciare nessun dettaglio per non deludere le sue aspettative».

Il Martini nasce come cocktail morbido, quasi dolce, con una ricetta a base di Gin, Maraschino, Orange Bitter e Vermouth Rosso, per poi evolversi nella versione che conosciamo oggi anche grazie a grandi nomi della letteratura internazionale come Ernest Hemingway, che gradiva il suo Martini appena sporcato di Vermouth e Ian Fleming, l'inventore di 007. Nel romanzo Casinò Royale (1953), fece bere al famoso agente segreto il Vesper Martini, composto da 3 parti di London Dry Gin, 2 parti di Vodka e 1 parte di China Lillet, dedicato alla memoria di Vesper Lynd, prima bondgirl della storia.

Se quindi non esiste una sola ricetta né una regola per farlo, Mattia Pastori svela le domande fondamentali da porre al proprio ospite e i trucchi segreti per realizzare un Martini a regola d'arte:

1 - Gin o Vodka?

Il primo step della preparazione passa prima di tutto dalla scelta del distillato. La preferenza su questo punto dipende molto dai trend del momento: se infatti fino a quindici anni fa la Vodka era regina indiscussa nella mixology, ora al contrario stiamo vivendo il momento del Gin, moda che influenza anche le preferenze legate alla creazione del Martini.

2 - Dry sì, ma quanto?

La seconda domanda da fare è sul grado di secchezza che l'ospite gradisce per il suo Martini. In base alla risposta, il bartender dovrà utilizzare la tecnica migliore per far incontrare gin e vermouth. Qui si apre un ventaglio di possibilità: c'è chi "sporca" il ghiaccio e chi vaporizza il bicchiere; oppure ancora chi, seguendo un'antica credenza legata alla cultura del Martini, passare la bottiglia attorno al mixing glass per emanare un profumo che interagisca con il cocktail.

3 - Oliva o scorza di limone?

L'associazione più classica è legata all'oliva, che regala un tocco di sapidità extra al cocktail ed è in grado di amplificare i sapori e l'aroma salati nascosti all'interno di Gin e Vermouth. Un'altra opzione molto amata è usare una scorza di limone per rilasciare gli olii essenziali e profumare la superficie del drink, senza però intaccare il bicchiere per non rischiare di lasciare un aroma troppo invadente.

4 - Il ghiaccio

Se il ghiaccio viene preso direttamente dal freezer al momento della preparazione, il consiglio è di lasciarlo scongelare per 5 minuti in modo che non rilasci solo l'effetto "freddo" al drink, ma sia anche in grado di diluirlo.

5 - Servire in coppa

Un cocktail non si può chiamare Martini se non è servito nella sua coppa. Oggi la tipologia più diffusa è quella a Ypsilon, ma negli anni '30 il Martini veniva servito nella coppa Nick and Nora, resa celebre dal film "L'uomo Ombra" dove il Martini era in il cocktail più bevuto. cod 80411




Cristina De Giusti

È ONLINE IL NUOVO MAGAZINE PAUSA JOURNAL DI MANUEL CAFFÈ

Tra storie di famiglia, ricette e consigli per gli appassionati del caffè, è online il nuovo magazine dell'azienda veneta Manuel Caffè "Pausa Journal", ora arricchito nei contenuti rispetto alla versione cartacea che negli anni ha fatto la storia della comunicazione aziendale e che ora contribuisce a dare una nuova identità e nuovi valori alla stessa. Ed è proprio sul rinnovamento di grafica e contenuti che è nato il nuovo magazine di Manuel Caffè, pensato per soddisfare le esigenze dei consumatori, quelli già fidelizzati, che intendono essere aggiornati sulle novità del mondo Manuel, e quelli interessati in modo generico al mondo del caffè.

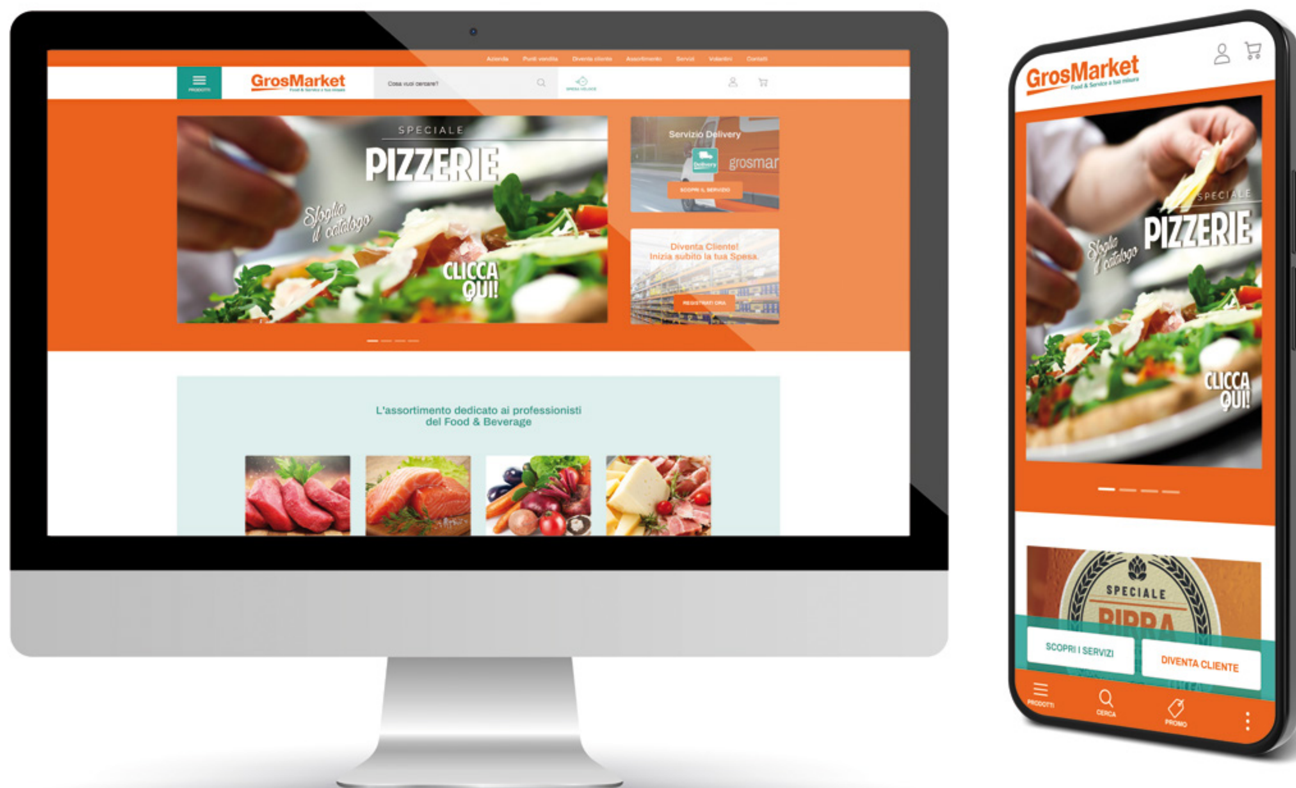

Mauro e Giuseppe De Giusti

«Abbiamo voluto arricchire il nostro sito con una sezione magazine, dove i nostri estimatori possono trovare consigli, ricette e un dialogo diretto con noi», spiega **Cristina De Giusti**, ceo di Manuel Caffè. «In realtà il nuovo magazine l'abbiamo concepito come contenitore di immagini, di emozioni, di ricordi legati alla nostra storia e alla nostra famiglia, con focus sul nostro territorio».

"Pausa Journal" affianca il sito aziendale, che ha subito un importante restyling, e l'e-shop, arricchendolo di contenuti per un risultato impattante, a partire dall'approccio tecnologico di tutto il sito, pensato per una fruizione sia da pc che da tablet e smartphone. È stata infatti migliorata la user experience per incontrare le emozioni e le sensazioni dell'utente che interagisce con il sito web.

La grafica del nuovo magazine, come detto, colpisce l'utente fin dal suo arrivo in homepage. Le sezioni Coffeestyle, con i preziosi consigli sul caffè, Coffee&Chef, con le ricette sperimentate direttamente da influencer e chef, che declinano l'uso del caffè in mille modi, e Family's_Voice dove si trovano interviste ed approfondimenti. Mentre la sezione Sapere è dedicata ai programmi dei corsi della Sapere Coffee Academy, una vera e propria accademia del gusto, che promuove approfondimenti sulla salute e sicurezza alimentare, sulla manutenzione e pulizia delle attrezzature e contribuisce alla qualificazione di baristi ed operatori del settore che coltivano la passione per l'eccellenza nel servizio offerto ai loro clienti. Le news e gli eventi si trovano nella M-Community, con immagini e video in continuo aggiornamento. cod 80335

Manuel Caffè
via dei Bar 14 - 31020 San Vendemiano (Tv) - Tel 0438 410500
www.manuelcaffe.it



GROSMARKET

NUOVA PIATTAFORMA E-COMMERCE E APP DEDICATA

Servizi innovativi studiati ad hoc: il canale all'ingrosso del Gruppo Sogegross rafforza l'attenzione rivolta ai clienti. È ora a disposizione la nuovissima piattaforma e-commerce, declinata anche su app, per garantire un servizio realmente su misura. Un modo semplice e comodo per fare online gli acquisti per la propria attività, ma anche un vero e proprio catalogo online che consente di consultare l'assortimento completo, attraverso pratiche schede prodotto, gestire ordini, pagamenti e liste personalizzate. Il sito è ottimizzato per garantire una user experience ideale per la navigazione su smartphone e tablet, anche da parte di utenti non esperti. Per i clienti con tessera GrosMarket Sogegross è sufficiente registrare la propria tessera sull'app o su grosmarket.it. Se non si è in possesso della tessera, è necessario recarsi presso uno dei punti vendita GrosMarket e farne richiesta: il rilascio è immediato e gratuito.

Un approccio full service, digitale e su misura per i professionisti

Sul sito grosmarket.it così come attraverso la app "GrosMarket Cash&Carry" è possibile usufruire di una serie di servizi utili per i professionisti, in aggiunta alla tradizionale visita in Cash&Carry: la Delivery, in esclusiva per la clientela professionale, consente la consegna comodamente presso l'attività commerciale degli ordini inoltrati online; il Click&Collect, attivo in tutti i punti vendita GrosMarket, con prenotazione online e ritiro presso il negozio nell'orario scelto; infine il servizio Buy&Go, per la consegna presso l'esercizio commerciale dei prodotti acquistati in negozio.

GrosMarket garantisce consulenza e ascolto delle esigenze per proporre le migliori soluzioni di prodotto e di servizio. L'Horeca Account di zona è a disposizione per tutte le informazioni necessarie e per assistenza durante l'ordine online.

«Un approccio full service, digitale e su misura per i professionisti. Lavoriamo come sempre per rafforzare la nostra attenzione alla relazione con i clienti: i nuovi strumenti a disposizione permettono di ottimizzare ulteriormente i punti di contatto e l'esperienza di acquisto», spiega **Flavio Zago**, direttore del canale. «Con il rebranding che abbiamo concluso da qualche settimana in tutti i 22 Cash&Carry e sui nuovi strumenti digitali, abbiamo voluto dare una nuova impronta, moderna e funzionale, alla nostra insegna, per dare nuovo valore alla tradizione di essere un punto di riferimento sul territorio».

Tante nuove funzionalità all'avanguardia

Il nuovo brand, che sintetizza la sua vocazione nel nuovo payoff che accompagna il logo "Food & Service a tua misura", con i servizi digitali si arricchisce di funzionalità all'avanguardia, come sempre al fianco dei professionisti per facilitare e migliorare il loro lavoro. Grazie alla nuova piattaforma digitale sarà possibile consultare l'assortimento completo, inclusa la ricca selezione di prodotti freschissimi (carne, pesce, salumi, formaggi, ortofrutta) e reperire contenuti informativi su ogni referenza, grazie alle dettagliate schede prodotto, con specifiche su caratteristiche, componenti e confezioni.

In tutte le regioni in cui GrosMarket è presente - Liguria, Piemonte, Lombardia, Toscana, Emilia Romagna - sono a disposizione della clientela informazioni sui punti vendita con relativi orari e servizi, oltre alla consultazione di offerte e promozioni.

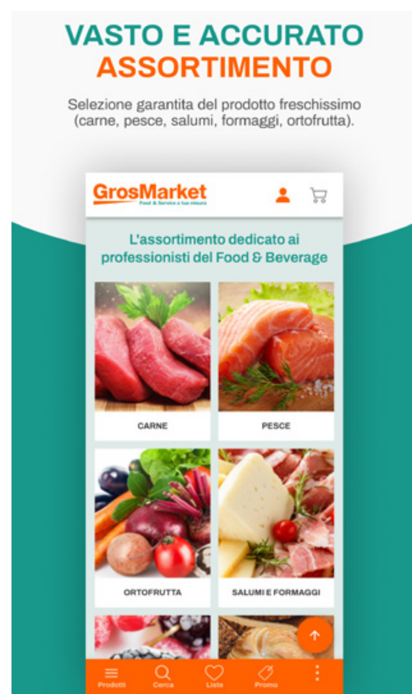
Ancora più funzionale, digitale e ricco di servizi, il canale cash&carry di Sogegross continua, dopo il rebranding, a orientarsi sempre più verso un approccio full service dedicato ai professionisti dell'Horeca

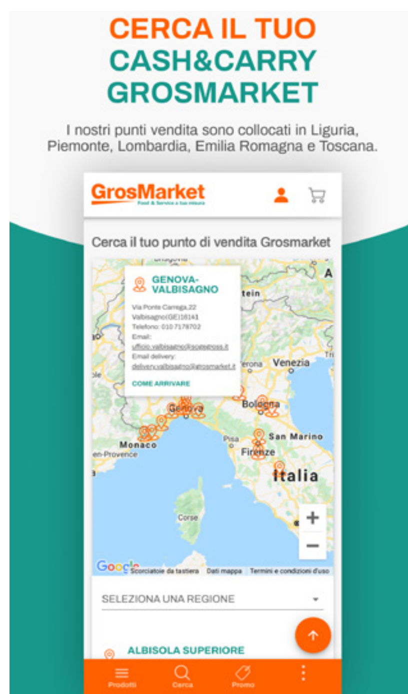
Per tutti i clienti, sia per chi ordina online sia per i clienti del Cash&Carry, il sito è uno strumento utile per avere sott'occhio il proprio storico degli acquisti, compilare liste d'acquisto personalizzate, effettuare pagamenti (online con carta di credito) e tenere aggiornato il proprio profilo.

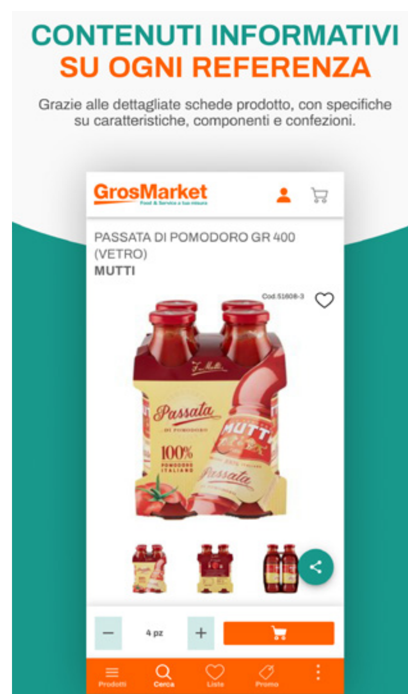
Al lancio del nuovo sito, si affianca il restyling dei contenuti delle pagine social, Facebook e Instagram, per fornire alla community Horeca contenuti di interesse e rilevanti per la propria attività. Una nuova presenza quindi al passo con i tempi, nel rispetto dei valori di sempre.

cod 80226

Per informazioni: **www.grosmarket.it**

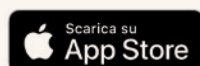






Scarica l'app GrosMarket





GDO E RETAILER NEWS

Italia a Tavola prosegue nella valorizzazione dei prodotti e delle aziende che si rivolgono al canale della Grande distribuzione organizzata: novità, iniziative e progetti innovativi che rappresentano un motivo d'interesse per il consumatore finale





MOMENTI DI DOLCEZZA CON LE GOLOSITÀ DI BAULI, MELEGATTI E MOTTA

Un'ampia scelta per chi è alla ricerca di una pausa dolce: dalla colazione alla merenda a un semplice spuntino durante la giornata, sono tante le possibilità di scelta offerte da aziende come Bauli, Melegatti e Motta. Si va da proposte gluten e lactose free fino alle classiche brioches e croissant, una più irresistibile dell'altra. cod 80583



Dolci Bontà Bauli, 5 referenze senza glutine

Con la linea Bauli senza glutine è possibile ritrovare il benessere anche in occasione di una veloce pausa in ufficio, sui banchi di scuola o in una serata in compagnia, grazie all'alta qualità dei suoi prodotti e alla possibilità di scegliere ciò che più si ama, senza alcuna rinuncia.

La linea senza glutine firmata Bauli si compone di cinque "Dolci Bontà": golosi prodotti caratterizzati dall'assenza di glutine (notificati presso il ministero della Salute ed erogabili gratuitamente agli aventi diritto), senza latte e lattosio (certificati dal marchio L-free nella versione verde "Lactose&Milk Free").

È possibile trovare la linea Bauli senza glutine esclusivamente sugli scaffali di farmacie, parafarmacie e negozi specializzati, dove il consumatore può avvalersi di una consulenza e assistenza nella fase di acquisto.

Croissant Melegatti, ingredienti tutti italiani

Quella del nuovo Croissant Melegatti è una ricetta che utilizza le bontà della tradizione agroalimentare italiana. Accanto all'originale Lievito Madre Melegatti che risale al 1894, vengono utilizzate uova fresche italiane, provenienti esclusivamente da galline allevate a terra, e miele rigorosamente italiano. Il risultato è un croissant dall'aspetto invitante che presenta una doratura in superficie che dona piacevoli sensazioni visive prima ancora che gustative. Sei i gusti disponibili: classico con l'aggiunta di cristalli di zucchero, albicocca, cioccolato, ciliegia, crema e pistacchio.

Sei croissant per ogni confezione, la cui grafica replica quella dei singoli prodotti caratterizzati dagli elementi istituzionali del brand per assicurare la necessaria distintività della qualità Melegatti.





Pausa merenda pop e divertente con Motta

Fin dagli anni '50 Motta accompagna le merende di adulti e bambini: risale al 1950 l'invenzione, da parte di Angelo Motta, dalla primissima merendina confezionata italiana, il Mottino, che pochi anni dopo diventerà il Buondì Motta. Inimitabile nel gusto e nella forma, Buondì ha continuato ad evolversi negli anni.

Nasce invece negli anni '70 la spirale più golosa e divertente che ci sia, la mitica Girella Motta. Un morbido vortice di golosissimo pan di spagna e cacao.

La più "giovane" merendina della famiglia Motta, Yo-Yo, nasce invece nei mitici anni '80: soffice pan di spagna farcito con crema al cioccolato, ha nel Dna un animo young! Tra challenge su Instagram e TikTok, divertenti adesivi in pack e collaborazioni con gli influencer più amati, oggi è la merendina perfetta per i giovanissimi della Generazione Z.



PanBiscotto Ferrarese, anche con farina integrale

Rispettando l'antica tradizione del panbiscotto che nasceva dalla necessità di conservare il pane per lungo tempo, anche qualche mese, il PanBiscotto stile Ferrarese viene proposto da Biscopan di Badia Polesine (Ro) in una ricetta moderna. Il segreto del PanBiscotto Ferrarese è nell'impasto preparato con la tradizionale sfoglia della ciabatta veneta. PanBiscotto stile Ferrarese Biscopan è ora disponibile nella nuova versione con farina integrale, ad alto contenuto di fibre e fonte di proteine. La nuova versione integrale rappresenta un'alternativa per un consumo più leggero e digeribile e un'alimentazione naturalmente equilibrata, senza tralasciare il sapore di pane. È comunque disponibile anche in versione classica con olio di oliva e in versione a basso contenuti di grassi. PanBiscotto si presenta inoltre in una nuova confezione, più moderna, colorata e accattivante. Ogni singolo pezzo viene confezionato singolarmente all'interno della confezione principale; è così possibile avere a portata di mano un prodotto sempre fragrante e croccante. PanBiscotto è ideale come antipasto da abbinare a salumi e formaggi stagionati e per accompagnare secondi piatti di carne, ma anche come snack da portare sempre con sé. I formati disponibili sono 250 e 400 grammi. cod 80592
Per informazioni: www.biscopan.it

Galbani Mozzarella Santa Lucia Tris, spinta green

Dal 2022 il packaging della Mozzarella Galbani Santa Lucia Tris, conterrà almeno il 15% di plastica in meno. Grazie a questa nuova azione a tutela dell'ambiente, l'azienda, che coinvolgerà tutti i formati tris della marca, stima di risparmiare circa 100 tonnellate di plastica in un anno, garantendo al consumatore la stessa qualità di sempre. «La sostenibilità per noi è una vera e propria visione di marca e per questo abbiamo deciso di investirci con impegno e convinzione - ha dichiarato **Mauro Frantellizzi**, direttore marketing Galbani Cheese - Abbiamo quindi accelerato in maniera decisa con un'azione importante su quella che è la principale referenza dell'azienda. La nostra strategia è di fare di Galbani una realtà in prima linea per la salute del pianeta». cod 80601
Per informazioni: www.galbani.it





Nuove insalate Legumio, fonte di proteine

Chi desidera mangiare sano, ricorrendo a soluzioni pratiche e veloci e senza rinunciare al gusto, può contare su Bonduelle. Dopo il successo della gamma Cereallegre, le insalate di riso, cereali e verdure, il gruppo alimentare arricchisce le sue proposte lanciando Legumio, tre insalate a base di legumi. Legumio è la prima gamma di insalate di legumi arricchite da verdure in pieno stile Bonduelle. Tutte e tre le ricette sono ricche di gusto e di proprietà nutrizionali. Sono ideali per tutte le stagioni perché buone sia a freddo che a caldo, semplicemente scaldandole al microonde. Le tre ricette, pronte da gustare, sono in grado di soddisfare ogni palato. Per chi predilige i sapori più mediterranei e decisi ecco l'Insalata di ceci e lenticchie con pomodori secchi, olive e Feta Dop. L'Insalata di cannellini e lenticchie con caponata e pollo si rivela un connubio perfetto tra il gusto delicato del pollo e quello autentico delle verdure. L'Insalata di fagioli e lenticchie alla romana con tonno è una delle più classiche preparazioni a base di fagioli. ancora più ricca grazie all'aggiunta del tonno e delle lenticchie. Confezioni da 180 grammi. cod 80594
Per informazioni: www.bonduelle.it

Perchè si va fino in California per le prugne?

Affidabilità

Essere affidabili *occasionalmente* non è un buon modo per far crescere il business.

Potete *sempre* contare sulle Prugne della California per la qualità premium, le dimensioni e il gusto per i quali sono rinomate in tutto il mondo.

La California supera *sempre* le aspettative del mercato mantenendo le promesse e condividendo il vostro impegno nel fornire il meglio per i vostri clienti ogni volta.

Affidabilità - è solo uno dei tanti motivi per scegliere le Prugne della California.

Schlutzkrapfen
Le lunette agli spinaci firmate Koch

Prodotti da Koch, azienda di Bolzano specializzata nella produzione di pasta e prodotti surgelati, gli Schlutzkrapfen sono disponibili nella pratica versione surgelata, pronti per essere assaporati in pochi minuti. Sono una specialità di pasta tipica altoatesina.
Molto simili ai ravioli, spesso vengono anche chiamati "ravioli tirolesi". Tradizionalmente ripieni di spinaci e ricotta, la loro pasta è composta con farina di segale e grano, come gli Spätzle.
Per degustarli al meglio, è sufficiente versare gli Schlutzkrapfen di Koch ancora surgelati in acqua salata bollente, cuocere per circa 5 minuti a fuoco lento, scolare e servire con burro fuso e formaggio. Surgelati senza l'aggiunta di additivi e conservanti, sono prodotti sulla base della tipica ricetta altoatesina.
La confezione è da 500 grammi. cod 80599
Per informazioni: www.kochbz.it





Tris di birre Bavaria
Una bottiglia per ogni occasione

Bavaria Premium è la pilsner dissetante dal gusto estremamente fresco, caratterizzata da lievi note di luppolo e malto. Il segreto? Una scelta accurata dell'orzo e un lievito di qualità superiore. Ideale per una degustazione a base di formaggi freschi, carni bianche oppure pesce. Per chi non vuole rinunciare al piacere di una birra fresca, l'analcolica Bavaria 0.0% è perfetta da bere dopo aver fatto attività fisica: ha un apporto calorico di 24 Kcal x 100 ml, paragonabile a uno sport drink isotonico e inferiore a una spremuta di arancia o un tè freddo. Rinfrescante, chiara, sviluppa un gusto intenso che nasce da un processo di produzione che preserva il gusto genuino della birra, pur in assenza di alcol.
Un'altra analcolica è Bavaria 0.0% Ipa, caratterizzata da un retrogusto con note di frutti tropicali e agrumi, note luppolate e una ricchezza aromatica intensa. Prodotta con quattro varietà di luppoli americani e australiani (Citra, Amarillo, Ella e Simcoe) e con acqua minerale naturale proveniente dalla sorgente di proprietà, offre un gusto ricco anche in assenza di alcol.
cod 80605
Per informazioni: www.bavaria.com

MENSE E DIDATTICA
IL PASTO A SCUOLA DIVENTA UN MOMENTO FORMATIVO



di ***Nicola Grolla***

A un mese dall'inizio del nuovo anno scolastico, iniziato ufficialmente il 13 settembre, la scuola rimane il vero fronte della ristorazione collettiva. Da "sfamare" c'è un'utenza enorme (circa 8 milioni gli studenti nella scuola dell'obbligo, molti dei quali utenti della mensa) che, troppo spesso purtroppo, ha nel piatto della mensa l'unico pasto degno di questo nome nell'arco di una giornata. Secondo Oricon (Osservatorio ristorazione collettiva e nutrizione), infatti, i bimbi che hanno sofferto la fame a causa della Dad (didattica a distanza) sono stati circa 160mila. Mentre i pasti persi ammontano a 48 milioni. Numeri che nessuno vuole ripetere. E che l'estensione del green pass (obbligatorio dal 15 ottobre ma già richiesto a chi è chiamato a entrare e operare nei plessi scolastici) dovrebbe evitare.

Vivenda Spa porta la gastronomia regionale a scuola

L'idea del settore è quella di riprendere le fila non solo con un servizio che nel corso del 2020-21 è proseguito a singhiozzo, ma anche rilanciare il momento del pasto a scuola come fonte di educazione alimentare. Ne è un esempio il progetto messo in campo da Vivenda Spa, azienda del Gruppo La Cascina Cooperativa specializzata nel servizio della ristorazione scolastica per l'infanzia, le primarie e le secondarie: un tour gastronomico per conoscere le specialità di alcune Regioni d'Italia. Nove appuntamenti dedicati ai bambini delle scuole di Corsico, comune con il quale è stato organizzato il progetto, che di volta in volta impareranno ad apprezzare nuovi sapori e ricette. Il debutto è avvenuto il 30 settembre. Nel piatto, le ricette della vicina Liguria: trofie al pesto, polpettone alla ligure con insalata mista, focaccia e, a completare il pasto, l'immancabile frutta fresca di stagione.

Dalla mense ai libri, così si insegna l'educazione alimentare ai bambini

L'iniziativa non vuole essere solo gustativa. Da sempre la Vivenda Spa è molto attenta anche al lato formativo e ludico-ricreativo dei suoi progetti dedicati ai più piccoli. Per questo, in accordo con il Comune, l'assessora Angela Crisafulli consegnerà un libricino a ciascun bambino per raccontare brevemente il progetto e illustrare, in modo simpatico e giocoso, il menu proposto. Fra le pagine, le dietiste dell'azienda di ristorazione forniranno anche approfondimenti sui prodotti tipici di quella Regione, curiosità sui piatti del menù e semplici nozioni di nutrizio-

> **Con la ripartenza dell'anno scolastico, l'offerta dei player della ristorazione collettiva si è evoluta. In attesa dei finanziamenti del Pnrr che potrebbero generare 10mila posti di lavoro in più**

ne. «In piena collaborazione con il Comune abbiamo desiderato dare nuovi impulsi al momento del pranzo, fondamentale per la crescita dei bimbi, non solo per gli aspetti culinari e nutrizionali, ma anche per quelli socializzanti e conoscitivi», ha affermato **Enzo Dimatteo**, direttore di produzione per la Vivenda Spa in Lombardia. «Una volta al mese gli studenti avranno la possibilità di avvicinarsi alle tradizioni di alcune Regioni con un menu completo, dal primo al dessert, secondo un percorso che unisce storia, tradizione e cultura. Nei limiti delle tempistiche didattiche, anche gli insegnanti potranno considerare questo progetto come un'opportunità per anticipare la giornata del menu tradizionale con alcune nozioni sulla storia e la geografia della Regione protagonista del mese», ha spiegato l'assessore comunale alla qualità della ristorazione scolastica **Angela Crisafulli**. Un percorso interdisciplinare, insomma, che unisce classe e refettorio.

Da Sodexo a Cirfood, le aziende del settore innovano

Una soluzione figlia dell'esperienza del Covid. Come quelle messe in campo da altre aziende del settore. Sodexo, per esempio, ha dovuto rivedere il menu per affrontare le sfide logistiche della distribuzione dei pasti: meno minestrone e più lasagna, quindi. Perché? «Per la sua forma rettangolare si presta meglio alla preparazione e alla consegna», ha spiegato **Franco Bruschi**, direttore del segmento education di Sodexo Italia. Strategia simile adottata anche da Cirfood: «Abbiamo studiato menu più praticabili. Per esempio, il minestrone. Un piatto non troppo amato dai ragazzi e che presentava degli oggettivi problemi di trasporto e conservazione nel momento in cui è venuta meno la possibilità di lavorare direttamente nei refettori delle scuole. Per questo lo abbiamo riadattato. Il risultato? Delle torte di verdure che mantenessero le stesse qualità nutritive della ricetta classica, ma in forma solida», ha raccontato **Luca Brambilla**, national key account director ristorazione scolastica.

Con gli interventi del Pnrr sulla scuola, 10mila posti di lavoro in più

Interventi e innovazioni che fotografano l'importanza del comparto scuola per la ristorazione collettiva. Soprattutto in un momento in cui gli investimenti del Piano nazionale di ripresa e resilienza (Pnrr) si fanno sempre più vicini. Il loro impatto sul mondo della scuola in generale e della ristorazione scolastica in particolare potrebbe, secondo un'analisi Oricon, generare almeno 10mila posti di lavoro in più nei prossimi 4-5 anni (soprattutto in ottica di occupazione femminile: il 90% dell'attuale forza lavoro del comparto) per effetto dell'aumento dell'offerta di asili nido, educatori, allargamento del tempo pieno (se un bambino milanese può contare nel 90% dei casi su 40 ore di scuola settimanali, in Sicilia la stessa percentuale di alunni deve accontentarsi di sole 27 ore). «Politiche di equità e maggior diffusione di servizi scolastici sono misure non più rinviabili, dove strumenti come il tempo pieno e la mensa possono rappresentare, allo stesso tempo, un sostegno alle famiglie e una leva per lo sviluppo economico e per la ripartenza dell'occupazione», ha dichiarato il presidente Oricon, **Carlo Scarsciotti**. cod 80474



DIETA GLUTEN FREE
SERVE UNA NUOVA PROSPETTIVA!



di *Tiziana Colombo*

Marco Scaglione è uno dei massimi esponenti della cucina gluten free. Il suo impegno è certificato, oltre che da una massiccia presenza sul web, anche da alcuni importanti traguardi che ha raggiunto. Per esempio, è stato due volte vincitore del Trofeo di alta cucina senza glutine di Aic (Associazione italiana celiachia). Il suo approccio è molto particolare, anche perché punta a sfatare alcuni miti sulle diete gluten free. La sua storia è interessante, parla di passione e professionalità. Inizia a cucinare da giovanissimo, infatti realizza il suo primo pane a soli 12 anni. Trasforma questa passione prima in occasione di studio e poi in lavoro, iscrivendosi alla Scuola Alberghiera di Montecatini Terme (Pt) e poi iniziando a lavorare nelle cucine francesi. Dopo qualche anno ritorna in Italia, dove continua a sperimentare e a fare riferimento tanto alla cucina francese quanto a quella italiana.

Oggi Marco Scaglione non è solo uno chef apprezzato, ma anche un formatore. Nel corso degli ultimi anni ha tenuto molti eventi, seminari e conferenze riguardanti la cucina gluten free. Attualmente organizza corsi in live streaming dove trasmette tutte le sue conoscenze sulla cucina senza glutine. Fa parte del comitato scientifico del Mondo delle Intolleranze, un'associazione che supporta chi è affetto da intolleranze alimentari, promuovendo una nuova cultura dell'alimentazione, capace di coniugare gusto e genuinità.





Una cucina che dà reale supporto a chi deve rinunciare al glutine

Marco Scaglione propone una particolare visione di cucina gluten free. Essa è in grado di dare un reale supporto a chi deve rinunciare al glutine. Uno dei principali obiettivi è quello di confutare alcuni pregiudizi, come quello secondo cui le ricette gluten free debbano necessariamente copiare le ricette che annoverano il glutine tra i propri ingredienti. Uno dei pilastri della visione di Marco Scaglione, infatti, è il "naturalmente senza glutine". Ossia lo chef non forza la mano nell'utilizzo di alimenti privi di glutine, bensì li gestisce rispettandone le caratteristiche e mantenendo un preciso standard di qualità e genuinità.

Il cuoco Marco Scaglione confuta alcuni pregiudizi molto diffusi e propone una particolare visione di cucina gluten free, in grado di dare un reale supporto a chi deve rinunciare al glutine

Un altro aspetto su cui Marco Scaglione insiste riguarda gli impasti. Spesso gli impasti gluten free sono "accusati" di avere una consistenza sgradevole e granulosa. Ebbene, è possibile ovviare a questo problema proponendo un saggio utilizzo degli addensanti naturali, che Scaglione punta a sdoganare definitivamente. Nel corso dei suoi interventi, per esempio, ha parlato spesso della gomma di guar. Essa, nonostante richiami a chissà quale alimento esotico, è semplicemente un addensante di origine vegetale che funziona molto bene negli impasti senza glutine.



Infine, lo chef punta anche a sfatare i pregiudizi sulle farine pronte. In genere, il concetto di "pronto" viene percepito in contrasto con il concetto di "genuino". Secondo Marco Scaglione tale contrapposizione non poggia su basi solide, infatti i mix di farine senza glutine non sono altro che l'unione di differenti tipi di farine, in particolare quella di mais e di riso. Proprio per questo possono essere utilizzate tranquillamente nelle preparazioni, ottenendo risultati interessanti che regalano notevoli soddisfazioni in campo culinario.

Un sito ricco di contenuti e ricette per tutti i gusti

L'essenza dell'impegno di Marco Scaglione è condensata nel suo sito, www.marcoscaglione.it. Nelle sue pagine è possibile conoscere la particolare visione che lo chef ha maturato sul mondo gluten free. Dal sito è possibile iscriversi alla newsletter, ai suoi corsi online e in live streaming, oltre a richiedere delle consulenze personalizzate. Inoltre, il sito è una vera e propria risorsa per chi è alla ricerca di ricette senza glutine: ne troverete davvero molte in grado di soddisfare qualsiasi esigenza e capaci di esprimere un'idea precisa che va oltre il semplice aspetto culinario.

C'è di tutto: dalle ricette di antipasti a quelle per la colazione, dalle ricette per i primi a quelle dei secondi. Ci sono persino sezioni intere dedicate ai dolci, al pane e alla pasta!

cod 80302

PAUSA PRANZO IN UFFICIO
5 CONSIGLI PER NON PERDERE GUSTO E BENESSERE



di ***Mariapia Gandossi***



La lunch box è una compagna indispensabile, specialmente se si è costretti a mangiare in ufficio. Un italiano su due con l'avvento della pandemia è tornato a portarsi la "schiscetta" per evitare posti affollati, perchè sprovvisto di green pass o perchè i ristoranti erano semplicemente chiusi. Ma portarsi il pranzo da casa non è sempre possibile: questione di tempo, equilibrio della ricetta e voglia di mettere in pratica sono sempre spesso ostacoli alla preparazione. E così si finisce con il prendere il solito panino o incappare in un'insalata, senza equilibri nutrizionali nel piatto.

Alcuni attenti ristoratori, anche sull'onda del delivery, hanno studiato dei lunch box equilibrati tra panini, piadine, insalate, paste fredde, piatti unici, torte salate, polpette e burger. Non solo, le lunch box si sono evolute nei modelli, nei materiali e nelle forme che usare quella giusta può fare la differenza per rendere l'organizzazione dei pasti in ufficio molto più semplice.

Inoltre sono attenti anche alla sostenibilità del piatto. Questa era già una tendenza pre-pandemia, oggi ancor più rafforzata con la ricerca della provenienza e della qualità dei prodotti, che siano di stagione, locali, meglio se biologici.

Inoltre, l'incremento di diverse tipologie di diete sembra non spaventare la nuova generazione di ristoratori, che già nel menu presentano vicino ad ogni piatto allergeni e/o contaminanti in modo da dare un servizio attento. Ad oggi è quindi possibile prevedere un pasto per l'ufficio economico e sostenibile senza doverlo per forza portare da casa.

Per cui, si torna da capo: meglio la schiscetta se si vuole curare il proprio benessere. Ecco cinque consigli per non sbagliare:

1. **Il menu settimanale**: Programmare i pasti della settimana a casa e in ufficio vi consentirà di preparare le giuste quantità di cibo;
2. **La lista della spesa**: Una buona organizzazione del piano alimentare settimanale è il modo migliore per tenere sotto controllo gli acquisti, sia in termini di salute che di sprechi;
3. **Un pasto bilanciato**: La composizione ideale di un pasto bilanciato è rappresentata per almeno due terzi da alimenti di origine vegetale: oltre ad apportare sostanze benefiche, regolano la sazietà e la velocità con cui la glicemia aumenta alla fine di un pasto completo;
4. **Le porzioni di emergenza**: Tranne qualche eccezione, si può congelare quasi tutto. Quindi, in previsione di giornate no, qualche porzione in più in freezer viene sempre utile.
5. **Il kit passe-partout**: Dal giusto materiale per avvolgere il cibo ai contenitori e alla borsetta per il trasporto, dalle posate ai condimenti. Avere tutto a portata di mano vi aiuterà a risparmiare tempo ed energie. cod 80511

A BOLZANO TORNA LA FIERA HOTEL: OSPITALITÀ FA RIMA CON SOSTENIBILITÀ



OTTOBRE
Dal 18 al 21

Appuntamento dal 18 al 21 ottobre con la fiera dedicata all'hotellerie e alla ristorazione. La 45ª edizione mette al centro innovazione, economia circolare, architettura e design, ma soprattutto la sostenibilità

Nel "campionato" del turismo sostenibile l'Italia gareggia a testa alta. Lo dimostrano i monitoraggi di Enit-Agenzia nazionale del turismo, i cui dati ritraggono un Belpaese in grado di attrarre i turisti proprio grazie al suo appeal indiscutibilmente green in ambito di viaggi. Le iniziative eco-friendly sono tante, a partire dalle strutture ricettive, passando per i mezzi di trasporto e gli eventi, fino ai locali della movida alimentati da pannelli solari e alle spiagge plastic free. Da nord a sud, tutte le Regioni stanno lavorando con impegno, attraverso un percorso costruttivo che guarda ad un futuro migliore.

Anche in Alto Adige la sostenibilità non è più un trend, ma una realtà assolutamente concreta e, soprattutto in ambito turistico, un'opportunità per il territorio di fare la differenza. I numeri d'altronde parlano chiaro: sono ben 18 i comuni certificati ComuniClima, 10mila le case CasaClima, nonché 14 le strutture ClimaHotel. Ma non è tutto. 36 eventi hanno il marchio Going Green Event e 19 sono riconosciuti Green Event. Inoltre 17 bus sono totalmente ad idrogeno e altri 5 ad alimentazione elettrica.

Cresce l'attesa per la 45ª edizione

"Hotel" non può che rispecchiare e valorizzare gli ottimi risultati registrati nel suo territorio. Dal 18 al 21 ottobre 2021 ritorna a Bolzano la fiera internazionale dedicata all'hotellerie e alla ristorazione. La 45ª edizione, con 600 espositori, 50 eventi e 220 novità di prodotto, mette al centro innovazione, economia circolare e regionalità, architettura e design: il tutto sotto l'immancabile tetto della sostenibilità, con un Award e un programma di eventi interamente dedicato al tema. Non mancheranno inoltre le best-practices del settore, pronte a ispirare e rivoluzionare.

«La sostenibilità - spiega **Thomas Mur**, direttore di Fiera Bolzano - è un argomento che riguarda tutti da molto vicino: è la sfida del ventunesimo secolo. Una sfida che va vinta, perché non abbiamo un secondo pianeta a disposizione. Ad Hotel 2021 il focus sarà in primis proprio su questo, attraverso la premiazione delle aziende più meritevoli e un programma-eventi molto ricco che guarderà con il consueto interesse all'innovazione, ai circuiti regionali e al design sostenibile».

Sustainability Award

Ritorna per la terza edizione e in veste rinnovata il Sustainability Award, premio organizzato in collaborazione con NOI Techpark Alto Adige, Libera Università di Bolzano, Ökoinstitut Südtirol/Alto Adige, Eurac Research e Provincia Autonoma di Bolzano. L'obiettivo è ancora una volta quello di dare un riconoscimento alle aziende più meritevoli sul fronte della sostenibilità e al loro lavoro, spesso nascosto, di ricerca e sviluppo. Cambiano quest'anno le categorie, ovvero: Innovazione, Design, Circle e Sustainable Pioneers powered by IDM. Sette giurati esperti decreteranno i 4 vincitori tra i 70 partecipanti che verranno premiati nella serata di mercoledì 20 ottobre nell'H1, il nuovissimo cortile interno di Fiera Bolzano con 2.500 mq di spazio coperto. Una location speciale per un'occasione speciale.

Hotel Connects Stage

Le tematiche-chiave dell'Award faranno inoltre da fil rouge all'intera manifestazione e ai suoi 50 eventi presentati sull'Hotel Connects Stage, il palco tra le corsie nato nell'edizione 2020, e disponibili anche in diretta streaming. Lunedì 18 sarà la giornata dedicata all'innovazione, martedì 19 alla regionalità e mercoledì 20 sarà il turno di architettura e design. Infine, giovedì 21, le best-practices: i "pionieri" della sostenibilità locale e nazionale si racconteranno per ispirare il pubblico con i loro esempi virtuosi di hotellerie e ristorazione.

cod 80054

Per informazioni:
www.fieramesse.com/hotel





INFORMAZIONI UTILI

- Orari: da lunedì 18 a mercoledì 20 ottobre 9.30-18.00; giovedì 21 ottobre 9.30-17.00.
- L'ingresso di Fiera Bolzano si trova in Piazza Fiera 1, all'incrocio tra Via Buozzi e Via Marco Polo.
- Grazie al protocollo #FieraSicura, è garantita una visita ad un alto livello di sicurezza. Per maggiori informazioni: www.fierabolzano.it/it/safety-first
- All'ingresso deve essere presentato il Green Pass in forma digitale o cartacea

INNOVAZIONE E SEMPLIFICAZIONE DELLA USER EXPERIENCE AL CENTRO DELLA BTO WEEK



Bto, da 13 anni evento di riferimento in Italia dedicato al connubio tra innovazione e turismo, cambia pelle e rilancia. A novembre, infatti, Firenze ospiterà la Bto week (dal 24 al 30), una settimana di appuntamenti imperdibili per chi si occupa di turismo, per passione, per studio o per mestiere. L'apertura si terrà nel magnifico Salone dei Cinquecento di Palazzo Vecchio mentre il 25 e il 26 si sposterà nella sede di Nana Bianca. Infine, gli incontri del 29 e il 30 novembre si svolgeranno presso la Camera di commercio di Firenze, a due passi dagli Uffizi e da Ponte Vecchio.

Ma le novità non finiscono qui. Anche il payoff cambia pelle per aggiornarsi con i tempi che stiamo vivendo: diventa "Bto - Be Travel Onlife". «Una scelta che parte dalla consapevolezza che l'online non può essere più concepito come un canale a sé stante in un mondo iperconnesso, ma come parte integrante del nostro modo di essere, comunicare ed interagire con il mondo del viaggio», commenta il direttore scientifico di Bto 2021, **Francesco Tapinassi**. «Tra i numerosi strumenti a nostra disposizione la strategia diventa determinante, l'essere ("be") più che il pensare. Da qui l'Onlife, e cioè la capacità di adattamento e del sapersi costruire una zattera mentre si nuota nella corrente, diventa la chiave per affrontare il nuovo decennio e la fase complessa della gestione della pandemia».

L'edizione 2021 sarà ibrida: il Day One in Palazzo Vecchio sarà in presenza ma verrà trasmesso anche in diretta streaming. Seguiranno 4 giorni pensati "virtual" ma anche con la possibilità "real" per chi volesse venire a Firenze. Quattro i percorsi tematici di Bto2021 che declineranno il focus sull'Onlife in oltre 80 appuntamenti e che connoteranno ciascuno una giornata della Bto week: Il 25 novembre sarà il digital innovation day, il 26 novembre il destination day, il 29 novembre il food and wine tourism day, il 30 novembre l'hospitality day.

Come ogni anno è stato scelto il filo rosso della nuova edizione: per il 2021 sarà "New Frictionless World", letteralmente "Un nuovo mondo senza attrito". Dopo le parole di Mark Zuckerberg il concetto di Frictionless, e cioè della semplificazione della user experience, è divenuto sinonimo di facilitazione. La semplificazione è un processo complesso che richiede il massimo impegno, avendo come focus l'esperienza di colui che userà la piattaforma. Proprio nel settore del turismo, in particolare quello italiano caratterizzato da una grande molteplicità di attori, Frictionless potrebbe indicare un nuovo metodo di lavorare sviluppando progettazione, realizzazione e messa a disposizione di esperienze, viaggi, offerte e pacchetti pensati per i viaggiatori.

Un programma fieristico ricco, al passo con i tempi e dal grande valore aggiunto, in grado di rispondere alle necessità delle imprese e dei territori che vogliono affrontare la sfida della competitività e dell'innovazione. cod 78985

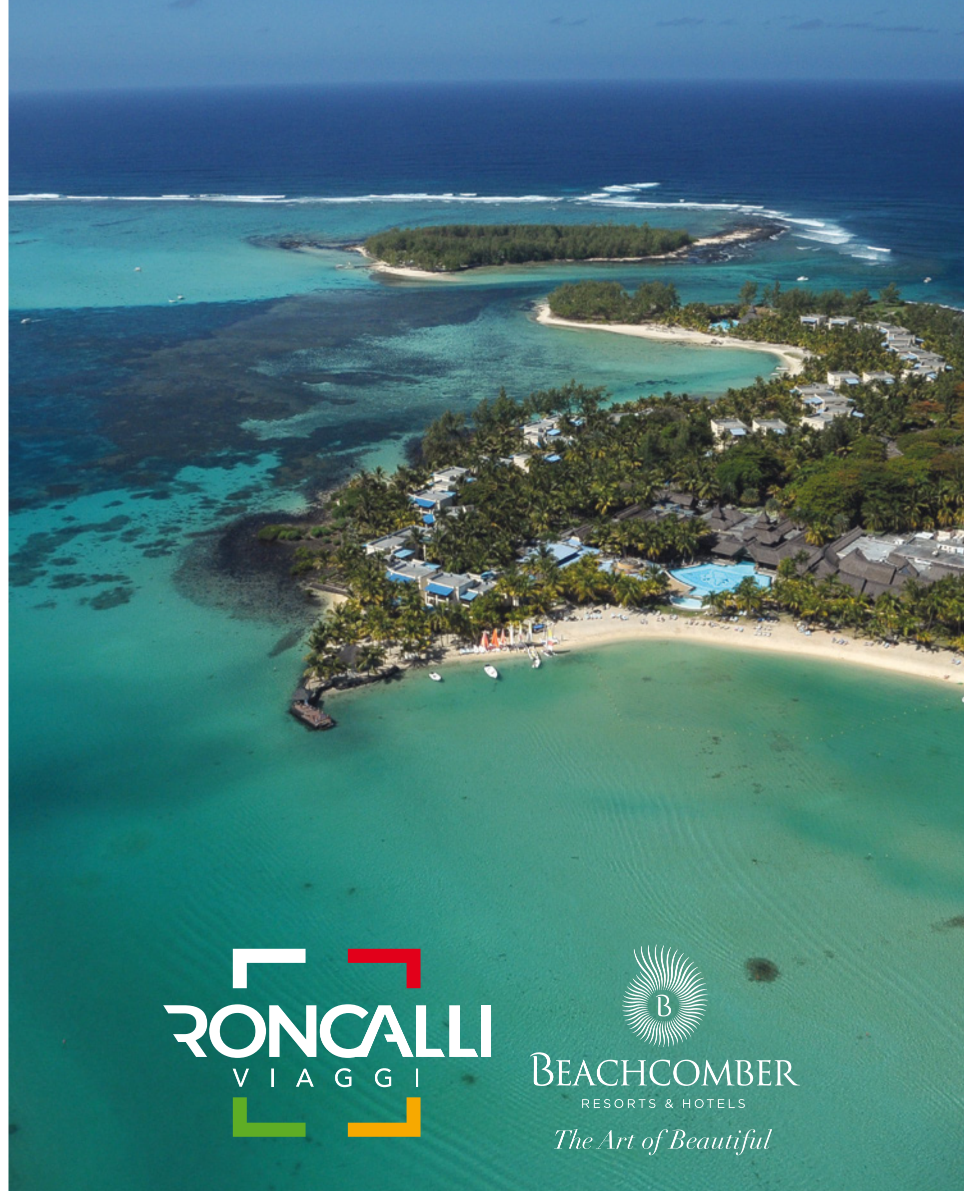
Per informazioni: **www.bto.travel**



SHANDRANI BEACHCOMBER TRA CUCINA LOCALE ED ESPERIENZE, ECCO L'ANIMA DI MAURITIUS

Shandrani Beachcomber Resort & Spa regna tra il verde e il mare di una penisola di 50 ettari ricca di spiagge dove rilassarsi o partire all'avventura. Senza dimenticare la cucina, protagonista di una settimana speciale

Basta, me ne vado! Scappo su in isola deserta! Chi di noi (e quante volte) non ha pronunciato questa frase?! E su un'isola per fare cosa? Nulla, è la risposta di molti e che, letteralmente, si traduce esclusivamente in bagni di mare e di sole, interrotti solamente da uno spuntino a mezzogiorno di insalate e pesce fresco all'ombra di un gazebo. Ma poi, una volta sbarcati, ci si accorge che l'isola è "tentatrice" e che se rimanessimo stesi sul lettino non potremmo godere appieno di tutti i piaceri che essa ci offre. Questo succede a Mauritius dove, sulla costa sud orientale, vi è una manciata di isolette i cui nomi sembrano usciti da un poema... Ile aux Aigrettes, Ile de la Passe, Ile aux Flamand. Evocano la leggendaria storia del paese, l'epoca delle conquiste, dei commerci e delle battaglie navali che ebbero luogo tra i francesi e gli inglesi per il dominio dell'isola. Di fronte a queste isolette che invitano a vivere come Robinson Crusoe, si affaccia lo Shandrani Beachcomber Resort & Spa. E qui certo la tentazione di cedere alla lusinga del dolce far nulla in riva al mare è quasi irresistibile. Ma poi guardandosi meglio in giro, la voglia di approfittare fino in fondo di un hotel così ben incastonato nel paesaggio, di vivere il suo mare e la sua natura selvaggia tra sport, benessere e ottima cucina, prende il sopravvento. Ma si può combinare tutto questo, anche in una sola settimana? La risposta è sì! Con "Cucina d'autore... a Mauritius".



Italia e Mauritius si incontrano in cucina

Una settimana (dal 25 febbraio al 5 marzo 2022, con arrivo in Italia il 6 marzo), nata dalla collaborazione tra la rivista Check-In, Roncalli Viaggi e Beachcomber Resorts & Hotels, che unisce relax, sport, natura, mare, cultura ed enogastronomia. Il tutto grazie alla presenza di un ospite d'eccezione, Luca Marchini, membro di Euro-Toques Italia e cuoco del ristorante L'Erba del Re a Modena (1 stella Michelin), che insieme all'executive chef dello Shandrani Beachcomber, Mooroogun Coopen, (presidente Mauritian Chefs Association, Worldchefs Certified Executive chef e Worldchefs Certified Master chef) daranno vita a un'esperienza culinaria unica nel suo genere, portando gli ospiti a navigare sull'onda del gusto di due cucine, quella italiana e quella mauriziana.

Due chef a confronto: Mooroogun Coopen e Luca Marchini

«È sempre una grande opportunità lavorare e condividere la propria esperienza con chef provenienti da altre nazioni - racconta a Italia a Tavola **Mooroogun Coopen** - Cucinare con lo chef Luca Marchini avvicinerà i nostri due paesi e le nostre culture culinarie. L'utilizzo di prodotti italiani di alta qualità mixati con il pesce, la carne, le spezie, le verdure e la frutta tropicale mauriziani porterà in tavola un gusto unico e ricette innovative».

Viaggio tra i prodotti e i produttori dell'isola

Il risultato è un vero e proprio viaggio nel viaggio con due guide d'eccezione. Originario di Mauritius, Coopen, infatti, conosce alla perfezione tutti i prodotti della sua terra e ha stretto forti legami con i produttori e pescatori locali. «Cucinare è la mia passione - continua - Sviluppo ➔



una ricetta con gli ingredienti che ho in cucina. Essendo originario di Mauritius, conosco molto bene il gusto di tutti i prodotti locali e il modo migliore in cui cucinarli. Perché mangiare un pesce capitaine o un gueule pavé è un'esperienza per i nostri ospiti. Come presidente della Mauritian Chefs Association, sto lavorando a un programma per pianificare la coltivazione dei nostri produttori in modo che non ci sia sovrapproduzione di alcuni ortaggi e carenza in altri. Questa pianificazione aiuterà entrambi i partner: gli chef avranno verdure di stagione di buona qualità e i produttori non avranno alcun rischio poiché producono utilizzando lo standard dello chef e possono anche garantire un prezzo per l'anno. Stessa cosa per i pescatori, che incoraggiamo a raggrupparsi in associazione e a sviluppare tecniche di pesca più produttive e quindi garantire la quantità di pesce per gli alberghi».

Sei ristoranti, lotta allo spreco e brigata felice

Ma non finisce qui, lo chef è sceso anche in campo per ridurre al minimo gli sprechi alimentari: «Sto anche incoraggiando la pratica del "just in time" (giusto in tempo) possibile con la cottura sottovuoto e a temperatura ottimale che dà il vantaggio di cuocere i cibi all'interno e finirli solo quando serve considerando la porzione che dobbiamo servire».

Evitando appunto ogni spreco e salvaguardando le risorse ambientali, che per un grande resort con ben sei ristoranti, situato in un paradiso naturale è tra i principali obiettivi: Le Sirius, il ristorante gourmet mauriziano, l'italiano Ponte vecchio, l'healthy restaurant Natura, il ristorante di pesce Le Boucanier, il thailandese Teak Elephant e il ristorante principale, Le Grand Port.

«Come executive chef sono responsabile del buon funzionamento di tutti questi ristoranti per quanto riguarda la cucina, la qualità del cibo, la gestione della brigata, le attrezzature e l'acquisto delle materie prime - spiega lo chef - Creare una buona atmosfera nella mia brigata è fondamentale per permettermi di mantenere un'alta qualità del cibo allo Shandrani Beachcomber. Sono molto felice e orgoglioso di lavorare in un gruppo di hotel che crede nella formazione. Avere un ottimo personale con l'atteggiamento giusto e una formazione adeguata è il modo migliore per avere successo».



Sport, benessere, cultura locale: le experience del resort

In questa fase di ripresa post-pandemia il turismo sta attraversando cambiamenti radicali, anche perché gli stessi viaggiatori sono cambiati diventando sempre più consapevoli e attenti al proprio benessere e a quello dell'ambiente. Una sfida che lo Shandrani Beachcomber non si è di certo lasciato sfuggire: «La location del nostro resort offre ai clienti ampi spazi all'aperto - spiega **Rico Paoletti**, general manager di origini italiane dello Shandrani Beachcomber Resort & Spa - Con i suoi quasi 50 ettari di pro-



prietà permette senza dubbio di potersi muovere in assoluta libertà rispettando il distanziamento sociale consigliato dalla situazione contingente. Il futuro vede il rispetto e la protezione dell'ambiente tra le priorità, per questo motivo il gruppo Beachcomber ha dedicato una particolare attenzione allo sviluppo di una serie di procedure green per un turismo sostenibile e per la preservazione delle bellezze naturali della nostra isola: installazione di pannelli solari, raccolta differenziata, riduzione del consumo energetico, eliminazione della plastica, campagna di sensibilizzazione in collaborazione con le Boat House per la protezione delle lagune, sviluppo di un progetto di apicoltura, ecc. Lo Shandrani Beachcomber, in linea con questa filosofia green, ha pensato di proporre ai suoi ospiti anche un programma eco-compatibile che si chiama Beachcomber Sport & Nature, attraverso il quale, accompagnati da istruttori professionisti, si possono visitare alcune meraviglie naturali dell'isola in mountain bike o facendo trekking».

Le proposte per il "nuovo" viaggiatore

Ed eccoci, dunque, al nostro proposito iniziale: "Su un'isola, certo per rilassarsi ma anche per...". «Abbiamo cercato di pensare a delle attività e, soprattutto, a delle modalità che permettessero di vivere le proposte del resort in assoluta sicurezza, da qui lo sviluppo del coaching individuale o, ad esempio, dell'accademia di sci nautico che può essere considerata una sorta di palestra all'aperto - continua Paoletti - Shandrani Beachcomber si distingue per la sua atmosfera frizzante e coinvolgente, in grado di adattarsi alle esigenze di tutte le età. Per i più piccoli oltre al Kids Club (3-11 anni) abbiamo sviluppato delle attività specifiche per il Petit Club (2-3 anni), in modo che i genitori possano trovare tutti i servizi e l'assistenza necessaria per trascorrere una vacanza in assoluta libertà. Siamo in un'era digitale che spesso inibisce i rapporti personali, noi abbiamo voluto andare un po' controcorrente creando un programma di intrattenimento serale che ci auguriamo permetterà di socializzare, di fare nuove amicizie e di condividere momenti della vacanza attraverso anche lo sport e le experience all'aperto proposte dal resort».

A voi la scelta: trekking nelle vicine valli incontaminate e canoa nella splendida laguna dello Shandrani Beachcomber; oppure la scoperta di nuovi scenari da percorrere in mountain bike, il golf nel pitch & putt del resort, il tennis e una gamma infinita di sport d'acqua. E una Spa tropical chic, con cabine open air che riservano la più totale privacy, per chiudere davvero il cerchio del benessere.

Sempre che non si lasci troppo sedurre dagli ozi dolci della spiaggia e da quell'insieme di "amenitieés" che Beachcomber non tradisce mai e che a Mauritius Charles Baudelaire chiamava "voluttà". cod 80480





DA NAPPLES A TORINO
PIZZE IRRESISTIBILI CON LE FARINE DI MULINO CAPUTO

di ***Giorgio Lazzari***

Per chi intende vivere un'esperienza unica, all'insegna del gusto e della tradizione, Napples è un omaggio alle pizzerie napoletane d'oltreoceano, quelle nate dal sogno americano dei primi emigranti italiani nella Grande Mela. In particolare, Napples racconta le vicende di uno di loro: Salvatore Riccio, amico di sempre del bisnonno di Gaetano Ferrara - titolare insieme a Giorgio Rizzo del locale situato a Torino, in via Sant'Anslemo 36, non lontano dalla stazione ferroviaria di Porta Nuova - che negli anni Quaranta a New York diede vita a una delle primissime pizzerie napoletane. Napples riporta ad un'antica pizzeria, friggitoria e gastronomia partenopea, rivisitata in chiave moderna grazie agli arredi e all'atmosfera interna di un locale dai toni urban chic e industrial, dove si può ripercorrere la storia attraverso immagini e copie di documenti originali.

Vera pizza napoletana con ingredienti d'eccellenza

Da Napples si gusta la vera pizza napoletana, eseguita come tradizione insegna e condita solo con prodotti dell'eccellenza Made in Italy: dalla 'nduja calabrese alla salsiccia di Bra, dal pomodoro di Pachino alla mozzarella di bufala pugliese. I fornitori, selezionati sul territorio, comprendono anche Mulino Caputo, che dal 1924 offre a professionisti e appassionati dell'"Arte bianca" farine di altissima qualità, prodotte nel pieno rispetto delle materie prime e della tradizione.

Caputo, Maestri Mugnai Napoletani da tre generazioni

Caputo, che utilizza solo grano selezionato, produce un'ampia gamma di farine per impasti dolciari, della panificazione, della pasta e della pizza. Si tratta di una realtà storica, apprezzata in tutto il mondo grazie al "Metodo Caputo", che preserva al massimo la naturalità e l'autenticità dei sapori. Autorevolezza, spontaneità e tradizione caratterizzano

da sempre la famiglia Caputo, da tre generazioni Maestri Mugnai Napoletani. L'azienda, che dal 1939 ha sede nel mulino di San Giovanni a Teduccio, l'ultimo rimasto nella città di Napoli, utilizza un metodo a macinazione molto lenta, legato all'antica arte molitoria, che consente di ottenere farine di altissima qualità senza danneggiarne gli amidi, le proprietà organolettiche e soprattutto l'autenticità del gusto.

Non solo pizze: un menu ricco di prelibatezze

Napples, che offre un accurato servizio con eleganti sale e dehors esterni, è aperto anche per delivery e take-away. Per iniziare consigliamo il grande assaggio di sfizi, che racchiude in un unico piatto gli antipasti speciali di Napples, dalle melanzane a funghetto alle zucchine a'scapece, dalla classica melanzana alla parmigiana alla versione bianca, farcita con provola di Agerola e pancetta fresca. Ma le prelibatezze proseguono con le Montanare, pizze fritte condite con ogni tipo di leccornia, mentre la frittura Napples comprende crocchè, arancini napoletani, pasta cresciuta, verdure e provola francese. Ma in menu trovano spazio anche i fritti di mare, dalle alici dorate a gamberi e calamari fino alla paranza, che offre su un unico piatto il meglio del pescato.

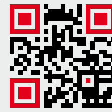
Arriviamo poi al piatto forte rappresentato dalle pizze, sulle quali viene utilizzato il pomodoro di San Marzano Dop, il pomodorino del Piennolo Dop a "Pacchetella" e il pomodoro giallo datterino. Tutti i prodotti vengono scelti accuratamente, puntando sulla qualità e sulla freschezza, dalle alici alle acciughe, dal fiordilatte alla ricotta fresca di bufala, dai cicoli di Mugnano (cubetti di pancetta di suino) alla 'Nduja di Spilinga, dal guanciale di Amatrice alla porchetta di Ariccia Igp, dal lardo di Patanegra all'origano di montagna. Come variante delle pizze, sono disponibili i cornicioni ripieni, un'esplosione di gusto realizzata dalla maestria dei pizzaioli. cod 80468



Napples Pizzeria & Friggitoria
via Sant'Anselmo 36 - 10125 Torino
Tel 011 4270093 - **www.napples.it**
www.mulinocaputo.it

Italia a Tavola

NETWORK DI COMUNICAZIONE MULTIMEDIALE



Edizioni Contatto surl
via Piatti, 51 · 24030 Mozzo (Bg)

Direttore responsabile
Alberto Lupini · alberto.lupini@italiaatavola.net

Redazione
Tel 035 460563 · 351 8391052 · Fax 02 700557702 · redazione@italiaatavola.net

Matteo Scibilia (*responsabile scientifico*) · matteoscibilia2013@virgilio.it
Gabriele Ancona (*vicedirettore*) · gabriele.ancona@italiaatavola.net
Lucio Tordini (*coordinatore di redazione*) · lucio.tordini@italiaatavola.net
Piera Genta (*inviata*) · pieragenta@libero.it
Federico Biffignandi (*redattore*) · federico.biffignandi@italiaatavola.net
Nicola Grolla (*redattore*) · nicola.grolla@italiaatavola.net
Jenny Maggioni (*redattore*) · jenny.maggioni@italiaatavola.net
Elisabetta Passera (*segreteria di redazione*) · redazione@italiaatavola.net
Brian Vavassori (*segreteria di redazione*) · brian.vavassori@italiaatavola.net
Riccardo Melillo (*grafica e impaginazione*) · riccardo.melillo@italiaatavola.net
Alessandro Venturini (*Seo & Web manager*) · alessandro.venturini@italiaatavola.net

Comitato scientifico
Giorgio Antonio Donegani, **Massimo Artorige Giubilesi**, **Sergio Mei**, **Matteo Scibilia**

Editore
Mariuccia Passera · mariuccia.passera@italiaatavola.net

Amministrazione
segreteria@italiaatavola.net

Pubblicità, eventi e marketing
Tel 035 615370 · 351 8391052 · Fax 02 700557702 · direzionecommerciale@italiaatavola.net
Andrea Lupini (*direttore commerciale e iniziative speciali*) · andrea.lupini@italiaatavola.net
Laura Miedico (*responsabile direzione commerciale*) · laura.miedico@italiaatavola.net
Ivana Frosio · ivana.frosio@italiaatavola.net · **Livia Gerosa** · livia.gerosa@italiaatavola.net
Daniele Cipollina (*agente per la Calabria*) · d.cipollina@advmaiora.it

Corrispondenti di zona (*per contatti telefonici consultare il sito*)

Piemonte, Liguria e Valle d'Aosta	**Piera Genta** · pieragenta@libero.it
Lombardia orientale	**Renato Andreolassi** · renato.andreolassi@alice.it
Pavia-Piacenza	**Stefano Calvi** · s.calvi@ilquattro.it
Veneto	**Giulia Marruccelli** · gmarruccelli@yahoo.it
Belluno-Bolzano-Trento	**Lina Pison** · linapison@gmail.com
Friuli Venezia Giulia	**Liliana Savioli** · lilli_sa@hotmail.com
Emilia Romagna	**Giuseppe De Biasi** · dbpino60@gmail.com
Toscana e Umbria	**Alessandro Maurilli** · a.maurilli@almapress.net
	Claudio Zeni · zeniclaudio@alice.it
Lazio	**Mariella Morosi** · mariellamorosi@hotmail.com
Marche	**Benedetta Gandini** · b.gandini22@gmail.com
	Carla Latini · carla@carlalatini.com
Abruzzo	**Monica Di Pillo** · monica.dipillo@yahoo.com
Campania e Molise	**Vincenzo D'Antonio** · vincenzo.dantonio@italiaatavola.net
Puglia	**Sandro Romano** · sralessandroromano@gmail.com
Calabria	**Tommaso Caporale** · dodicialitro@gmail.com
Sicilia	**Gianni Paternò** · giopate@libero.it
	Piero Rotolo · pierotolo@tin.it
	Antonio Iacona · direttore@charmatmagazine.it
Svizzera (Canton Ticino)	**Rocco Lettieri** · simpatico.melograno@tin.it

Ottobre 2021· anno XXXV · n. 292 - Italia a Tavola è una rivista di aggiornamento professionale e cultura enogastronomica per l'Horeca. Si occupa di food service, alberghi, ristoranti, pizzerie, pasticcerie, bar, turismo, travel, wellness e salute, con attenzione particolare ai professionisti, agli enti, alle aziende e alle associazioni del settore in tutta Italia.

Collaboratori di questo numero
Valerio Beltrami, Tiziana Colombo, Giuseppe Cristini, Enrico Derflingher, Guerrino Di Benedetto, Fabio Di Pietro, Bernardo Ferro, Ezio Indiani, Giorgio Lazzari, Roberto Lestani, Angelo Musolino, Paolo Porfidio, Rocco Pozzulo, Marco Reitano, Guido Ricciarelli, Enrico Rota, Eros Teboni, Toni Sarcina

Foto gettyimages® 2021 - Italia a Tavola

- **Quotidiano online** www.italiaatavola.net
- **Mensile cartaceo**
- **Mensile digitale**
- **Le Newsletter settimanali** via mail
- **Le newsletter quotidiane** su WhatsApp e Telegram
- **La Web TV**
- **Social network** con oltre 240.000 utenti
- **La APP Italia a Tavola**
- **Gli aggregatori di notizie**

SEGUICI SU:





ABBONATI

Tariffe per l'abbonamento annuale:
Abbonamento nazionale € 39,00.
Per sottoscrivere il tuo abbonamento a 10 numeri della rivista e scegliere la modalità di pagamento che preferisci (online, bollettino postale, bonifico ecc.) visita il sito www.italiaatavola.net/abbonamenti
Abbonamento estero € 99,00

PARTNER DI:



Registrazione del Tribunale di Bergamo n. 39 del 21/11/88
Iscrizione al Roc (Registro degli operatori di comunicazione) n.10548. Chiuso il 7 ottobre 2021

